

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hughes dan Kapoor dalam Setiarini (2013) mendefinisikan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada dalam industri. Laba merupakan sumber utama sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya serta menjadi tujuan utama dalam menjalankan sebuah bisnis.

Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan adalah bisnis yang berkaitan dengan sebuah perhelatan atau pesta. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pesta adalah acara sosial yang bertujuan sebagai perayaan, dengan adanya perjamuan makan-minum atau kegiatan lain yang meriah. Pesta bisa untuk merayakan atau memperingati sesuatu, atau sekadar sebagai bentuk hiburan. Tidak selalu berupa perayaan dengan makanan dan minuman, bisa juga perayaan yang melibatkan banyak orang.

Indonesia adalah negara yang masyarakatnya identik dengan berbagai macam pesta, salah satunya adalah pesta pernikahan (Salim, 2022). Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 (pasal 1), pernikahan diartikan sebagai ikatan lahir dan batin antara seorang pria dan seorang wanita sebagai suami dan istri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia lahir maupun batin dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Pernikahan adalah momen paling penting sekali seumur hidup, dan siapapun ingin tampilkan yang terbaik.

Sebagian besar pasangan pasti memimpikan acara pernikahan yang sempurna dan berkesan.

Acara pesta pernikahan merupakan salah satu acara yang dianggap spesial, karena bagi sebagian besar orang acara ini merupakan acara sekali seumur hidup oleh karena itu perlu mendapatkan perhatian khusus. Saat ini perayaan pesta pernikahan tidak hanya fokus pada jamuan atau hidangan yang akan dihidangkan untuk para tamu undangan, melainkan juga ada banyak aspek yang dapat diperhatikan seperti *venue, sound system, lighting, make-up, entertainment, master of ceremony, wedding organizer*, foto, video, mobil pengantin, sehingga bisa menjadi suatu kesatuan dan menciptakan pesta pernikahan yang indah.

Dekorasi pernikahan memiliki peran penting dalam pesta pernikahan karena tanpa adanya dekorasi maka acara yang dilakukan tersebut tidak akan hidup karena tidak tercipta nuansa yang membuat acara tersebut berbeda dibandingkan acara biasanya. Pada zaman sekarang ini konsumen tidak hanya menganggap dekorasi sebagai salah satu media untuk memperindah atau menciptakan nuansa yang hidup dalam suatu acara, melainkan dekorasi sudah dianggap sebagai salah satu media yang dapat membantu mengangkat tingkat gengsi dari suatu acara. Semakin meriah dekorasinya maka semakin membantu terciptanya efek-efek positif yang akan memengaruhi emosional para tamu yang hadir.

Dalam pelaksanaan pernikahan, banyak sekali poin-poin penting yang dianggap harus ada, dekorasi pernikahan misalnya. Resepsi pernikahan dianggap kurang lengkap tanpa adanya dekorasi. Selain alasan-alasan estetika, dekorasi membuat *venue* lebih enak dipandang, membuat acara lebih semarak, membuat

foto dokumentasi menjadi lebih cantik dan dekorasi juga kadang menjadi persoalan yang menyangkut citra seseorang. Sehingga banyak sekali orang rela merogoh kocek sangat dalam untuk biaya dekorasi ini. Riset dari *Weddingku.com* menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran untuk dekorasi pernikahan mencapai 10-15% dari total biaya keseluruhan pernikahan.



Gambar 1.1 Diagram Pernikahan Di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut databoks.katadata.co.id jumlah pernikahan di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2024 konsisten diatas 1,4 juta pertahun. Dari sisi pebisnis, kondisi ini tentu menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Karena sudah tersedia *demand* atau kebutuhan yang tinggi di pasar. Sebagai pemilik usaha, hanya perlu untuk memberikan *supply* atau memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut ada peluang usaha yang menjanjikan dalam sebuah perhelatan atau pesta. Uraian di atas juga menjadi salah satu alasan *owner* untuk mendirikan bisnis Kayis Decoration yang membangun usaha jasa di bidang dekorasi pesta seperti pesta pernikahan. Kayis Decoration merupakan bisnis di bidang jasa yang tentunya juga memiliki beberapa permasalahan yang ada salah

satunya adalah banyaknya persaingan antar pengusaha dekorasi khususnya di Kabupaten Klaten. Apabila bisnis berkembang dengan baik, maka akan menarik pihak lain untuk masuk ke dalam bisnis tersebut, hal ini juga terjadi pada bisnis dekorasi yang ditandai dengan banyak orang yang masuk ke dalam bisnis jasa dekorasi. Usaha sejenis yang merupakan beberapa pesaing adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Usaha Sejenis Yang Menjadi Pesaing Kayis Decoration

No	Nama Perusahaan	Indikator Pesaing
1	Aletailona Decoration	Model bervariasi, jumlah pengikut yang banyak
2	Dekorasi By Ala	Harga relatif murah
3	Dekor Murah Klaten	Lebih lama di dunia dekorasi pernikahan
4	Kembar Dekorasi Klaten	Lebih lama di dunia dekorasi pernikahan

Sumber : Kayis Decoration

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa bisnis di bidang jasa dekorasi merupakan bisnis yang diminati karena perubahan gaya hidup masyarakat yang mana sebagian besar pasangan menginginkan hari bahagia mereka menjadi spesial dan terkesan mewah.

Trend bisnis dekorasi di kalangan masyarakat semakin terlihat dengan adanya kemeriahan di setiap acara pesta pernikahan. Karena peluang tinggi mengikuti *trend* masa kini untuk membuka usaha yang sejenis dengan Kayis Decoration membuat persaingan semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus mempunyai strategi untuk melawan ancaman yang mungkin terjadi di kemudian hari dan memengaruhi penjualan perusahaan, apalagi bisnis Kayis Decoration ini berdiri pada tahun 2020 yang artinya bisnis ini masih

tergolong bisnis baru dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya yang tentunya masih membutuhkan banyak strategi-strategi agar bisnis Kayis Decoration dapat berkembang dengan baik.

Penentuan formulasi strategi bisnis yang tepat tentunya memerlukan suatu alat yang tepat pula salah satu diantaranya adalah menggunakan analisis SWOT. SWOT adalah arti kata dari kekuatan internal (*Internal Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dari sebuah perusahaan dan lingkungan, kesempatan (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) bagi perusahaan. Analisis SWOT diperlukan perusahaan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses perencanaan strategis dan sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan. Analisis SWOT adalah sebuah teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman), (Pearce dalam Kurniawan 2018).

Sebagian besar perusahaan saat ini menggunakan perencanaan strategis dalam menjalankan bisnisnya, hal ini dilakukan agar bisnis yang dijalankan bisa lebih produktif dengan memadukan sumber daya yang ada di dalamnya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Analisis SWOT ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi proses bisnis selama perencanaan strategis

perusahaan yang diringkas dalam matriks SWOT yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strength-Threat*), strategi WT (*Weakness-Threat*).

Bisnis usaha dekorasi juga harus memperhatikan beberapa hal agar bisa terus berkembang dan bertahan di dalam persaingan bisnis yang ketat. Lingkungan internal dan eksternal merupakan faktor yang memengaruhi keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis. Lingkungan yang positif merupakan faktor penunjang keberlangsungan dalam sebuah bisnis, sedangkan lingkungan yang negatif merupakan gangguan dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Oleh karena itu perusahaan harus jeli dalam mengamati atau menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi.

Supaya bisnis dapat bersaing dengan kompetitif dan dapat meraih target pasar yang diinginkan, pelaku jasa bisnis dekorasi ini juga perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan posisi pasar melalui pendekatan yang sistematis. Salah satunya adalah melalui pendekatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT adalah arti kata dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) bagi perusahaan. Analisis SWOT melibatkan faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman. Analisis ini juga melaksanakan strategi yang yang dapat melihat peluang-peluang disamping memperhatikan ancaman-ancaman dan kelemahan-kelemahan (Sulistiyorini *et al.*, 2022).

Penerapan analisis SWOT dalam pengembangan strategi bisnis membantu perusahaan untuk merancang rencana yang realistis dan terfokus. Ini juga memungkinkan pengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan mengidentifikasi inisiatif strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan sering kali tidak pasti, memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis sangatlah penting. Dengan menggunakan analisis SWOT, maka dapat diketahui situasi bisnis jasa ini untuk memprediksi rencana masa depan usaha Kayis Decoration yang akan dibahas dalam laporan bisnis ini dengan judul “Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada Usaha Jasa Dekorasi Pernikahan Kayis Decoration”.

1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kayis Decoration menggunakan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam menjalankan usaha di bidang jasa dekorasi pernikahan.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan bisnis ini adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Memberikan gambaran atau informasi mengenai usaha di bidang jasa dekorasi yang dilakukan oleh Kayis Decoration khususnya adalah

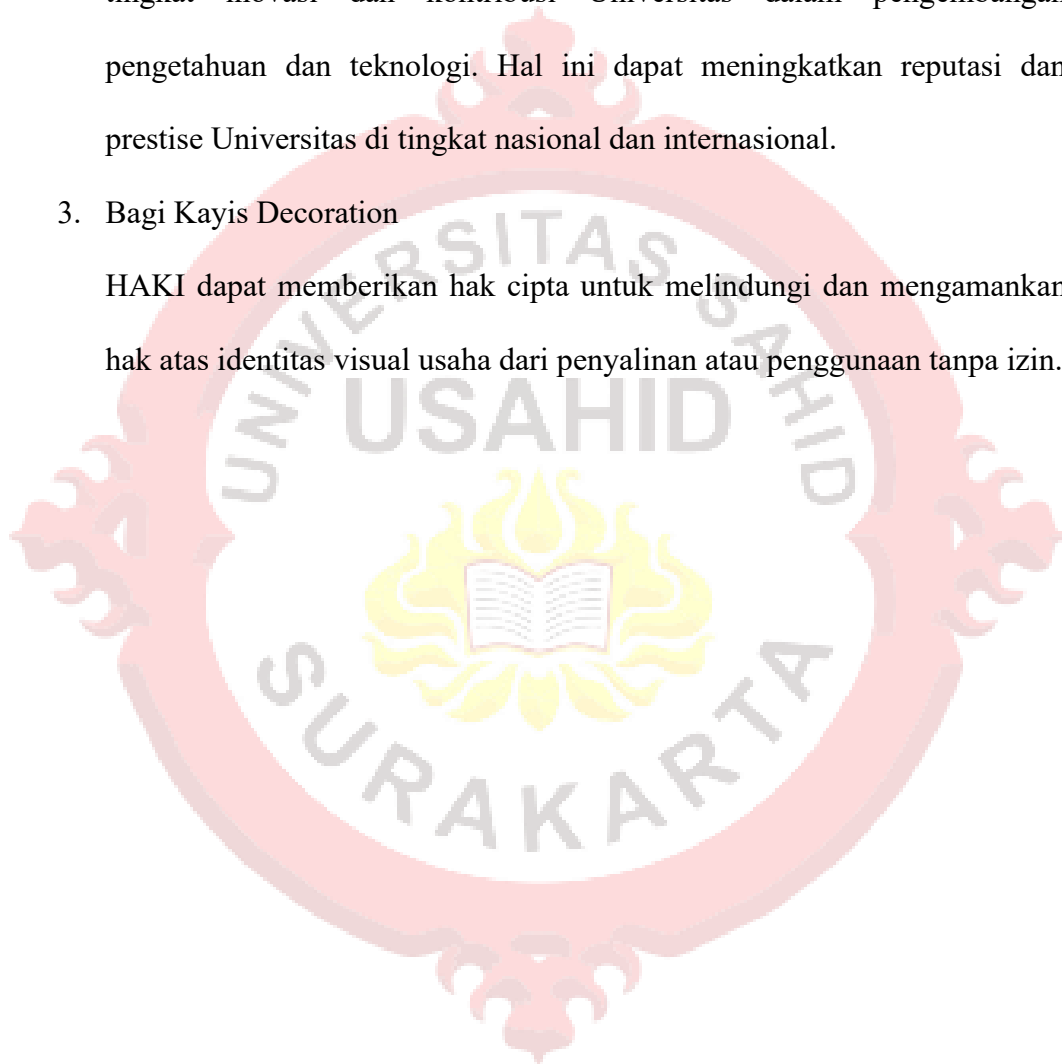
penerapan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan yang ketat di bidang usaha dekorasi ini.

2. Bagi Universitas

Laporan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dapat mencerminkan tingkat inovasi dan kontribusi Universitas dalam pengembangan pengetahuan dan teknologi. Hal ini dapat meningkatkan reputasi dan prestise Universitas di tingkat nasional dan internasional.

3. Bagi Kayis Decoration

HAKI dapat memberikan hak cipta untuk melindungi dan mengamankan hak atas identitas visual usaha dari penyalinan atau penggunaan tanpa izin.



BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Profil Usaha

Kayis Decoration merupakan bisnis yang bergerak di bidang dekorasi pesta, seperti pesta pernikahan, tunangan atau lamaran, aqiqah, ulang tahun dan lain-lain. Kayis Decoration didirikan oleh Kayis Thorudin pada tahun 2020. Usaha ini beralamatkan di Dukuh Poko RT 01 RW 05, Duwet, Wonosari, Klaten. Nama “Kayis Decoration” diambil dari nama depan *owner* yaitu “Kayis” agar mempunyai ciri khas tersendiri. Perusahaan ini telah menerima jasa dekorasi tidak hanya berada pada Kecamatan Wonosari saja melainkan beberapa kecamatan dan kota lainnya bahkan lintas kabupaten, seperti Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali, Kota Surakarta dan lain sebagainya.



Gambar 2.1 Hasil Dekor Pertama kali

Sumber: Kayis Decoration

Latar belakang berdirinya usaha ini berawal dari ketidaksengajaan, pada saat itu ada tetangga *owner* yang akan mengadakan acara pesta pernikahan kecil-kecilan karena terjadi wabah pandemi corona akhirnya tetangga *owner* tersebut meminta *owner* untuk mendekorasi untuk acara pernikahan tersebut. Pada saat itu *owner* belum memiliki perlengkapan dekorasi sama sekali akhirnya *owner* memutuskan untuk menyewa perlengkapan dekorasi untuk mendekorasi acara pernikahan tersebut.

Sampai pada akhirnya hal ini menjadi perbincangan di kalangan tetangga sehingga selang beberapa waktu ada tetangga yang meminta di dekorkan untuk acara pernikahannya. Hal itulah yang akhirnya membuat *owner* memutuskan untuk membuat bisnis dekorasi pernikahan (Kayis Decoration) dan mengembangkannya hingga saat ini yang tentunya juga melihat peluang dari bisnis dekorasi pernikahan. *Owner* menyadari bahwa sebenarnya bisnis ini sudah banyak pesaingnya, tapi *owner* mempunyai prinsip “lebih baik gagal tapi sudah mencoba, daripada tidak pernah mencoba sama sekali”.

Dalam menghadapi persaingan Kayis Decoration mempunyai keunikan tersendiri. Hal menarik dari Kayis Decoration adalah “*by request customer*” yang artinya konsumen bisa memilih model sendiri sesuai acara yang akan dilaksanakan, menentukan jenis warna bunga, warna dekorasi serta pernik-pernik yang akan dipasang dan ditata sesuai dengan kebutuhan konsumen serta keinginan konsumen. Selain adanya konsep “*by request customer*”, Kayis Decoration mempunyai beragam peralatan dan memiliki standar kualitas tinggi dikarenakan bunga yang dibeli dengan kualitas baik dan peralatan dirawat dengan baik untuk mendukung

keindahan dekorasi tersebut. Hal tersebut dilakukan agar lebih menarik minat konsumen.

Selain itu sebagai upaya untuk memenuhi keinginan konsumen, Kayis Decoration terus melakukan inovasi dengan mengikuti tren-tren dekorasi yang tengah berkembang dan diminati oleh masyarakat. Hal itu dilakukan agar Kayis Decoration tidak dipandang “ketinggalan zaman” oleh konsumen dan bisa mengikuti perkembangan dekorasi sehingga dapat bersaing dengan *competitor* yang ada. Selain itu upaya ini juga dilakukan agar semakin banyak konsumen yang berminat dan tertarik menggunakan jasa dekorasi dari Kayis Decoration.

2.2 Logo Kayis Decoration

Salah satu elemen utama dalam penciptaan identitas visual dalam sebuah *brand* adalah logo. Menurut Oscario (2013) logo adalah elemen grafis yang berbentuk *ideogram*, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah *brand*. Logo adalah atribut utama *brand* yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut non fisik yang merupakan jiwa dari *brand* (visi misi, nilai, budaya).

Logo yang baik harus dapat menggambarkan kepribadian entitas yang diwakilinya. Logo tersebut harus memiliki keunikan yang dapat membedakan entitas yang diwakilinya dengan entitas lain. Namun yang perlu diperhatikan adalah logo harus tetap simpel dan fleksibel, baik secara bentuk, warna, maupun ukuran. Karena logo akan diaplikasikan dalam berbagai identitas visual lain dalam beragam media. Dengan bentuk, warna, ukuran yang simpel dan fleksibel logo akan lebih aplikatif. Selain itu logo yang simpel juga lebih mudah diingat oleh masyarakat.



Gambar 2.2 Logo Kayis Decoration

Sumber: Kayis Decoration

Kayis decoration memiliki logo yang menjadi identitas visual dan ciri khas tersendiri yang membedakan dari usaha jasa dekorasi lainnya. Di mana dalam logo ini juga mempunyai makna tersendiri, di dalamnya mengandung sebuah harapan-harapan baik untuk keberlangsungan bisnis ini ke depannya.

Logo Kayis Decoration didominasi dengan warna putih dan hitam. Warna putih disini menggambarkan kesucian, kemurnian, kesederhanaan dan kesempurnaan. Warna putih disini dipilih untuk menyampaikan kesan estetik minimalis dan bersih dengan kualitas modern. Warna hitam menggambarkan sebuah kekuatan, otoritas dan misteri. Dalam logo ini warna hitam dipilih karena menggambarkan stabilitas, profesionalisme, kepercayaan diri serta kekuatan.

Kombinasi warna hitam dan putih dalam logo dapat menciptakan kesan keseimbangan, netralitas dan keanggunan. Kontras warna antara keduanya dapat menciptakan visual yang menarik dan modern.

Selain warna dalam logo ini juga terdapat elemen lain seperti huruf "d" dan huruf "k" yang merupakan singkatan dari Kayis Decoration. Selain itu juga terdapat tumbuhan bunga yang tumbuh keatas, ini merupakan simbolis dari sebuah dekorasi, yang juga mempunyai makna agar bisnis ini terus tumbuh dan berkembang.

2.3 Produk Kayis Decoration

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Riyono & Gigih, E. B (2016), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. tetapi juga menyediakan berbagai perlengkapan dan peralatan pesta.



Gambar 2.3 Dekorasi Pernikahan

Sumber: Kayis Decoration

Produk yang ditawarkan oleh Kayis Decoration tidak hanya berupa dekorasi pernikahan saja, melainkan juga melayani dekorasi lamaran, akad nikah, aqiqah, ulang tahun dan lain sebagainya. Selain itu dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam menyelenggarakan pesta, Kayis Decoration juga menjalin kerjasama dengan berbagai vendor yang terlibat didalam sebuah pesta seperti *sound system*, tenda, hiburan, *make-up*, foto, video. Maka dari itu produk

yang ditawarkan oleh Kayis Decoration tidak hanya berupa dekorasi pernikahan saja



Gambar 2.4 Dekorasi Lamaran

Sumber: Kayis Decoration

2.4 Peluang Pasar

Pada zaman sekarang ini konsumen tidak hanya menganggap dekorasi sebagai salah satu media untuk memperindah atau menciptakan nuansa yang hidup dalam suatu acara, melainkan dekorasi sudah dianggap sebagai salah satu media yang dapat membantu mengangkat tingkat gengsi dari suatu acara. Semakin meriah dekorasinya maka semakin membantu terciptanya efek-efek positif yang akan memengaruhi emosional para tamu yang hadir.

Peluang pasar bisnis dekorasi pernikahan sangat besar dan menjanjikan, terutama dengan semakin beragamnya konsep dan tema pernikahan yang diminati masyarakat. Bisnis ini menawarkan potensi keuntungan yang signifikan, baik dari

segi margin profit maupun jumlah transaksi. Selain itu, kreativitas dan inovasi dalam mendesain dekorasi dapat menjadi nilai tambah yang menarik pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat peluang yang menjanjikan dari sebuah bisnis dekorasi salah satunya adalah Kayis Decoration, selain itu di lokasi Kayis Decoration ini belum ada yang mendirikan usaha sejenis sehingga hal ini juga menjadi peluang yang bagus untuk Kayis Decoration. Di media sosial memang sudah banyak yang menjalankan bisnis ini, namun karena jumlah pernikahan yang terus bertambah setiap tahunnya, maka bisnis ini masih mempunyai potensi pasar yang sangat tinggi. Pelaku bisnis jasa dekorasi ini memang sudah ada tetapi masih tergolong sedikit yang benar-benar profesional dalam menjalankan bisnis ini, terlebih lagi yang mempunyai ciri khas atau keunikan-keunikan yang beda dari yang lainnya. Ciri khas dan keunikan itulah yang menambah peluang bagi Kayis Decoration dalam menjalankan bisnis ini.

Peluang pasar bisnis ini tidak hanya berhenti pada dekorasi pernikahan saja, karena bisnis dekorasi ini bisa di ekspansi di berbagai acara, sama halnya yang dilakukan oleh Kayis Decoration yang ber ekspansi di berbagai acara seperti ulang tahun, pesta kelulusan, hias mobil pengantin, hias seserahan dan mahar, *hand bouquet*, dan lain sebagainya yang membuat peluang pasar dari bisnis ini semakin luas.

Peluang lain dari bisnis dekorasi ini adalah kerja sama dengan vendor-vendor lain yang berhubungan dengan pesta pernikahan seperti foto, video, catering, *make-up*, *sound system* karena bisa mendapatkan penghasilan tambahan dari kerja sama yang kita buat dengan *vendor* tersebut. Selain itu adanya kerja sama

ini juga dapat membantu memperluas jaringan dan meningkatkan jangkauan bisnis dekorasi pernikahan.

2.5 Harga

Harga jasa dekorasi yang ditawarkan oleh Kayis Decoration cukup beragam tergantung dari jenis dekorasi yang dipesan oleh konsumen. Dekorasi lamaran dibandrol dengan harga mulai dari Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000, untuk harga dekorasi pernikahan dimulai dari Rp 1.600.000 sampai dengan Rp 2.500.000 tergantung dengan model yang dipesan. Selain harga di atas Kayis Decoration juga bisa menyesuaikan *budget* yang dimiliki oleh konsumen.

2.6 Aspek Keuangan Kayis Decoration

Tabel 2.1 Biaya Perlengkapan

No	Jenis Perlengkapan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Backdrop	5 set	1.000.000	5.000.000
2.	Kursi pelaminan	3 set	3.500.000	10.500.000
3.	Kursi meja akad	2 set	2.500.000	5.000.000
4.	Bunga	400 tangkai	15.000	6.000.000
5.	Set lampu bunga	2 set	250.000	500.000
6.	Lampu tembak	5 pc	50.000	250.000
7.	Daun	10 lusin	40.000	400.000
8.	Kain abutay	30 pc	40.000	1.200.000
9.	<i>Standing flower</i>	10 pc	50.000	500.000

10.	Gunungan	3 pc	250.000	750.000
11.	Ring oval	1 pc	200.000	200.000
12.	Ring lingkaran	1 pc	200.000	200.000
13.	Lampu gantung	4 pc	100.000	400.000
14.	Staples tembak	3 pc	80.000	240.000
15.	Standing mirror	3 pc	200.000	600.000
Total				31.740.000

Sumber: Kayis Decoration

Berdasarkan tabel di atas pengeluaran yang mencakup biaya perlengkapan dan peralatan sebesar Rp 31.740.000. Tabel tersebut menunjukkan jumlah investasi berupa perlengkapan yang dimiliki oleh Kayis Decoration.

Tabel 2.2 Biaya Operasional

No	Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Cat	20.000
2.	Lakban	10.000
3.	Isi staples	5.000
Total		35.000

Sumber: Kayis Decoration

Tabel di atas menunjukkan biaya operasional yang digunakan untuk satu kali pemasangan dekorasi yang dilakukan oleh Kayis Decoration.

Tabel 2.3 Laba Rugi

Laporan Laba Rugi	
Kayis Decoration	
Pendapatan	Rp 2.200.000
Pengeluaran	
Biaya Operasional	Rp 35.000
BBM	Rp 200.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 400.000
Biaya Penyusutan Alat	Rp 100.000
Total Biaya	<u>Rp 735.000 -</u>
Laba	Rp 1.465.000

Sumber: Kayis Decoration

Tabel 2.3 tersebut menunjukkan laporan laba rugi pada Kayis Decoration dalam satu kali even atau satu kali pemasangan dekorasi pernikahan.