

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tahun ke tahun teknologi semakin berkembang dan terus masuk kedalam bidang bisnis. Kemajuan teknologi akan membuat banyak perubahan terhadap gaya berbisnis. Salah satu dampaknya dapat mempermudah dan mempercepat penyampaian informasi dengan saling terintegrasi. Banyak masyarakat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan berbisnis khususnya pada bisnis digital. Karena perkembangan teknologi dapat memudahkan para pebisnis dalam segi pemasaran dan meminimalisir biaya.

Bisnis digital atau *e-business* adalah bisnis yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menciptakan suatu produk maupun pemasarannya. Menurut **Deasy (2015:19)** "*e-business* merupakan kegiatan berbisnis di Internet yang tidak saja meliputi pembelian, penjualan dan jasa, tapi juga meliputi pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis (baik individual maupun instansi)".

Bisnis yang menarik saat ini adalah bisnis dibidang pelayanan atau jasa. Menurut **Kotler & Keller** dalam **Surdarso (2016:55)** "*service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership in anything* atau dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan

kepemilikan sesuatu". Bisnis dibidang pelayanan atau jasa memiliki tujuan yang sama dengan bisnis pada umumnya yaitu memperoleh keuntungan. Bisnis ini *relative* mudah dilakukan karena cukup memiliki keahlian khusus sebagai salah satu modal utama yang diperlukan.

Salah satu bisnis yang diminati saat ini dalam bidang pelayanan atau jasa yaitu pada bidang *florist*. Pengertian *florist* menurut **Darsono, Agustinus (1995:31)** adalah "Petugas yang bertanggung jawab untuk menyediakan, merangkai, dan mengganti karangan bunga yang terpasang di lokasi - lokasi khusus di dalam hotel". Dapat disimpulkan bahwa *florist* merupakan orang yang memiliki keahlian dalam penataan bunga. Pada dasarnya usaha *florist* berjalan berdasarkan pesanan yang dibuat calon pembeli kepada penjual.

Di era digital ini, pebisnis dibidang *florist* memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran untuk mengembangkan bisnis tersebut. Peran media sosial, sangat berpengaruh dalam usaha dibidang *florist* khususnya dalam hal reservasi penataan bunga, transaksi pembayaran, dan sistem pengantaran produk. Pemanfaatan media sosial ini dapat membantu usaha *florist* dalam meminimalisir pengeluaran modal.



Gambar 2. Data Pengguna Media Sosial

Data di atas menunjukkan bahwa terjadi kenaikan jumlah pengguna media sosial di setiap tahunnya di Indonesia. Dengan kata lain, masyarakat terbiasa menjalankan aktifitas setiap harinya dengan mengandalkan media sosial. Dengan demikian, penulis tertarik untuk menjadikan media sosial sebagai media pemasaran untuk usaha yang penulis akan dirikan.

B. Gambaran Umum Bisnis

a) Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan dibuat oleh penulis bergerak dibidang pelayanan atau jasa. *Happy florist* adalah usaha yang melayani pembuatan, penataan, dan perangkaian bunga yang menghasilkan produk berupa *flower bouquet*, *flower box*, dan *flower bag*. Sistem pelayanan *Happy florist* yaitu melayani pemesanan bunga sesuai dengan permintaan calon pelanggan. Selain itu, *Happy florist* juga menyediakan berbagai referensi rangkaian bunga untuk

para calon pelanggan. Instagram dan tiktok menjadi media sosial yang digunakan *Happy florist* sebagai media pemasaran. Sedangkan Whatsapp menjadi salah satu aplikasi yang digunakan sebagai media pemesanan.

Tidak hanya melayani secara online, *Happy florist* juga terdapat *offline store* atau toko yang akan melayani calon pelanggan secara langsung. Toko bunga ini bernuansa *European Vibes*, dimana berbagai jenis bunga tersusun dan terpajang di dalam juga di depan toko yang menjadi ciri khas pedagang bunga di Eropa. Sistem pelayanan pada toko ini yang menjadi inovasi pada usaha ini adalah calon pelanggan dapat memilih secara langsung bunga-bunga yang terdapat pada store yang dapat langsung dijadikan *bouquet*, *flower box*, maupun *flower bag* sesuai dengan keinginan pelanggan

TABEL 1
BUSINESS MODEL CANVAS HAPPY FLORIST

<p style="text-align: center;">Key Partners</p> <p>- Optimization & Economy - Buyer Supplier & Relation</p> <p>Bekerjasama dengan supplier bunga, supplier accessories seperti : box, paper bag, dan ATK untuk mendapatkan efisiensi harga dan kualitas produk utama juga produk pendukung.</p>	<p style="text-align: center;">Key Activities</p> <p>- Production</p> <p>Mendisplay bunga yang kemudian dipilih sendiri oleh setiap pelanggan yang kemudian akan dirangkai oleh florist pada kasir toko.</p>	<p style="text-align: center;">Value Proposition</p> <p>- Customization - Price</p> <p>Memiliki produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan menawarkan service "all you can pick up" dimana setiap pelanggan dapat memilih & mengambil sendiri bunga serta accessories yang sudah tersusun di dalam toko yang mana dalam 1 rangkaian bunga pelanggan dapat menentukan sendiri harga sesuai dengan bunga & accessories yang dipilih.</p>	<p style="text-align: center;">Customer Relationships</p> <p>- Self Service</p> <p>Menyediakan bunga dengan sistem self service dimana pelanggan mengambil dan memilih sendiri bunga yang akan dirangkai oleh florist.</p>	<p style="text-align: center;">Customer Segment</p> <p>- Mass Market</p> <p>Menyediakan produk yang kekinian dengan harga yang dapat ditentukan oleh masing-masing pelanggan.</p>
<p style="text-align: center;">Key Resources</p> <p>1. Physical Asset : toko dan mesin kasir 2. Intellectual : brand & hak paten 3. Human : Florist 4. Finansial : Tunai</p>			<p style="text-align: center;">Channels</p> <p>- Milik sendiri - Direct 1. Awareness : Media Sosial 2. Evaluation : Media Sosial 3. Purchase : Whatsapp & Direct 4. Delivery : Ojek online 5. After sales : Whatsapp & Greeting Card</p>	
<p style="text-align: center;">Cost Structure</p> <p>- Economy of Scale - Cost Driven - Fixed Cost</p> <p>Efisiensi harga dengan kualitas bunga dan produk yang sebaik mungkin dan menjaga standar kualitas bunga.</p>			<p style="text-align: center;">Revenue Streams</p> <p>- Asset sale : Penjual bunga & produk - Fixed Pricing : List Price & Volume Dependent</p> <p>Menetapkan harga tetap pada masing-masing produk yang ditawarkan.</p>	

b) Deskripsi Logo dan Nama

Nama dan Logo merupakan unsur yang sangat penting dalam suatu usaha yang akan dibangun. Nama usaha akan menjadi satu unsur yang akan diingat oleh para calon pelanggan, selain itu logo juga akan menjadi pembeda dari pesaing usaha-usaha lain. *Happy florist* adalah nama usaha penulis yang bergerak di bidang jasa *florist* atau dikenal dengan jasa pembuatan bunga. *Happy florist* berasal dari Bahasa Inggris, *Happy* yang berarti Bahagia dan *Florist* berarti orang yang merangkai bunga.



Gambar 3. Logo *Happy florist*

Logo dari usaha ini dibuat oleh penulis sehingga memiliki beberapa makna. Makna dari logo tersebut adalah :

1. Logo dengan bentuk lingkaran

Lingkaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti garis melengkung yang kedua ujungnya bertemu pada jarak yang sama dari titik pusat. Dalam logo usaha ini memiliki pola lingkaran yang memiliki filosofi bahwa usaha ini seperti lingkaran yang tidak

memiliki titik ujungnya yang diharapkan akan memberikan kesuksesan yang tiada hentinya.

2. Bunga berwarna-warni

Bunga berwarna warni yang mengikuti pola dari logo ini menjadi identitas dari usaha *Happy florist*. Bunga warna warni memiliki makna keindahan, kenikmatan, keuntungan, kebaikan dan kelembutan yang akan memberikan kebahagiaan bagi orang yang melihatnya.

3. *Happy florist*

Happy florist yaitu perangkai bunga yang bahagia. Memiliki makna bahwa perangkai bunga yang merangkai bunga dengan perasaan yang bahagia akan menghasilkan karya yang akan membuat para pelanggan ikut merasakan kebahagiaan tersebut.

4. Warna hitam pada tulisan "*Happy florist*"

Tulisan *Happy florist* yang berwarna hitam akan menjadi kasat mata dan memberikan kesan yang jelas dengan latar berwarna krem sehingga memudahkan orang yang akan membaca nama dari logo usaha ini.

c) Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Usaha pada bidang florist ini akan berencana dibangun di daerah depok. Daerah ini cukup strategis karena terdapat beberapa universitas dimana mahasiswa/i akan menjadi salah satu target market pada usaha ini.



Gambar 4. Lokasi Toko

Lokasi toko bunga yang sudah ditentukan oleh penulis berlokasi di Jl. Akses UI Jl. Klp. Dua Raya, Tugu, Kec. Cimanggis, Kota Depok, Jawa Barat 16451. Lokasi ini dekat dengan sektor pendidikan seperti universitas dan tempat kursus belajar. Selain itu dekat dengan pusat perbelanjaan juga pusat kuliner kelapa dua, depok.

C. Visi dan Misi

1. Visi dari **“Happy florist”** adalah menjamin kepuasan, kenyamanan dan kebahagiaan kepada pelanggan.
2. Misi dari **“Happy florist”** yaitu :
 - Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan untuk menjamin kepuasan dan kenyamanan pelanggan.
 - Menghadirkan berbagai inovasi rangkaian bunga.
 - Menggunakan kualitas terbaik untuk semua produk utama maupun produk pendukung.

D. SWOT Analisis

Secara garis besar, Analisa peluang dan hambatan memiliki manfaat sebagai bahan evaluasi untuk berjalannya suatu usaha. Dengan demikian, Analisis SWOT sangat penting bagi seseorang atau perusahaan dalam menjalankan suatu usaha untuk dapat memaksimalkan keuntungan yang ada dan meminimalisir resiko kerugian yang akan terjadi. Dalam hal ini, penulis menggunakan Analisis SWOT sebagai acuan untuk menganalisa peluang dan hambatan usaha yang akan dijalankan. Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) merupakan indikator dari Analisis SWOT untuk mengevaluasi atau menganalisa suatu bisnis dan mempengaruhi perencanaan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.

Menurut **Rangkuti** dalam **Dj.Rusmawati (2017:918)** menjelaskan bahwa “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*)”.

Berikut analisis SWOT bagi produk yang akan dikembangkan :

TABEL 2
ANALISIS SWOT *HAPPY FLORIST*

Kekuatan (<i>strength</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Selain melayani pembelian secara online, Perusahaan ini juga memiliki <i>offline store</i> dimana terdapat berbagai macam bunga yang dipajang dan tersusun rapih bernuansa eropa sehingga menjadi daya tarik bagi calon pelanggan yang datang. - Pada <i>offline store</i> perusahaan memiliki pelayanan <i>all you can pick up</i> yang menjadi kekuatan (<i>strength</i>) dimana pelanggan dapat memilih langsung mulai dari bunga hingga <i>accessories</i> yang tersedia sesuai dengan keinginan. - Dengan adanya service <i>all you can pick up</i> ini, perusahaan menawarkan harga yang kompetitif dan relative dimana dalam satu buket bunga harga dapat ditentukan sendiri oleh setiap calon pelanggan sesuai dengan bunga dan <i>accessories</i> yang dipilih. - Selain menyediakan pilihan bunga yang <i>fresh</i> setiap harinya, perusahaan ini juga
------------------------------	--

	<p>menyediakan banyak pilihan bunga <i>artificial</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Design dapat dibuat sesuai dengan permintaan pelanggan. - Perusahaan melayani <i>one day service delivery</i> melalui pemesanan online.
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kelemahan dari perusahaan ini adalah tidak dapat menjangkau wilayah yang lebih luas untuk melayani <i>one day service delivery</i>.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Saat ini banyak masyarakat yang menjadikan bunga sebagai tradisi untuk merayakan <i>graduation, valentine, engagement, wedding, dan birthday</i>. - Peningkatan permintaan jasa dan produk <i>Happy florist</i> dikarenakan belum terdapat banyak pesaing di sekitar tempat usaha.
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Dikarenakan sudah berkembangnya <i>industry 4.0</i> banyaknya usaha sejenis melalui media sosial yang menjadi pesaing dari usaha ini. Oleh karena itu, usaha ini akan terus melakukan inovasi dari segi produk, pelayanan, maupun pemasaran.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Happy florist adalah jasa yang menawarkan rangkaian bunga sesuai dengan keinginan juga kebutuhan pelanggan. *Happy florist* melayani pembelian secara online maupun datang langsung ke tempat. Pelanggan dapat memilih bunga dan *accessories* sesuai dengan yang mereka inginkan. Produk yang ditawarkan *Happy florist* diantaranya :

1. *Flower Bouquet*
2. *Flower Box*
3. *Flower Bag*

Selain itu, pelanggan juga dapat memilih tema daripada rangkaian bunga tersebut seperti tema untuk *birthday*, *graduation*, *wedding*, dan lain sebagainya.