

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas Bisnis di Indonesia saat ini menjadi salah satu kegiatan dan usaha yang menarik bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Selain mendapat keuntungan dan laba yang diperoleh dari hasil membuka bisnis tersebut atau disebut dengan keuntungan material, masyarakat juga mendapat keuntungan lain yaitu keuntungan non-material seperti: memperluas relasi yang ada, mengerti perilaku konsumen, menambah kreatifitas yang ada didalam diri sendiri, serta jenis bidang usaha tersebut dapat diwariskan dan masih banyak keuntungan yang lain-nya. Keuntungan yang diperoleh dari kegiatan bisnis inilah cukup diminati oleh masyarakat Indonesia dengan masa yang sekarang yaitu tingginya angka karyawan yang diberhentikan serta PHK dan lapangan pekerjaan semakin sedikit sehingga memunculkan minat pada masyarakat Indonesia terhadap wirausaha dan hal ini tentunya berdampak positif bagi perekonomian dalam negeri karena masyarakat selain dapat mengembangkan kreativitas namun juga dapat menyerap tenaga kerja.

Untuk membuka dan menjalankan bisnis di Indonesia ada beberapa aspek yang harus dipertimbangkan demi mendapatkan profitabilitas yang diinginkan dan mengantisipasi kegagalan atau kesalahan dalam berbisnis salah satunya adalah melakukan suatu perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis yang akan dibuka atau dijalani harus jelas dan matang dengan karakteristiknya

sehingga bisnis yang dijalani akan tumbuh dan berkembang sehingga tercapainya hasil yang diinginkan, dengan membuat beberapa rancangan, alasan, serta asumsi yang jelas untuk sebagai dasar perhitungan permintaan konsumen, proyeksi penjualan, perhitungan harga produk dan lain-nya.

Menurut **Madura** (2010:2) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut. Seiring berkembangnya revolusi industri, perkembangan dunia bisnis pun mulai luas mulai dari bisnis kecil maupun bisnis besar oleh perusahaan. Pada masa sekarang membentuk badan usaha merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam perekonomian dalam negeri saat ini berdasarkan Kementerian koperasi & UKM, selain itu Menteri koperasi&UKM membuat strategi rencana kerja tahun 2020 yaitu: 1) Meningkatkan kapasitas&kompetensi UKM, 2) Membangun Lembaga keuangan yang aman bagi UKM, 3) Koordinasi lintas sektor.

Bisnis Jasa adalah suatu kegiatan usaha yang memanfaatkan tenaga, ilmu, maupun keahlian tenaga kerja tersebut yang telah dilatih secara professional dalam bidang tertentu untuk menghasilkan suatu produk. Bisnis dalam bidang jasa saat ini cukup diminati dan menjanjikan dengan melakukan kegiatan operasional secara lancar namun tetap meminimalkan biaya yang dikeluarkan atau mengeluarkan lebih sedikit modal hal ini merupakan prinsip ekonomi pada dasarnya sebab itulah mengapa bisnis jasa cukup diminati, dibuktikan dengan adanya beberapa perusahaan yang sukses mendirikan bisnis dalam bidang jasa.

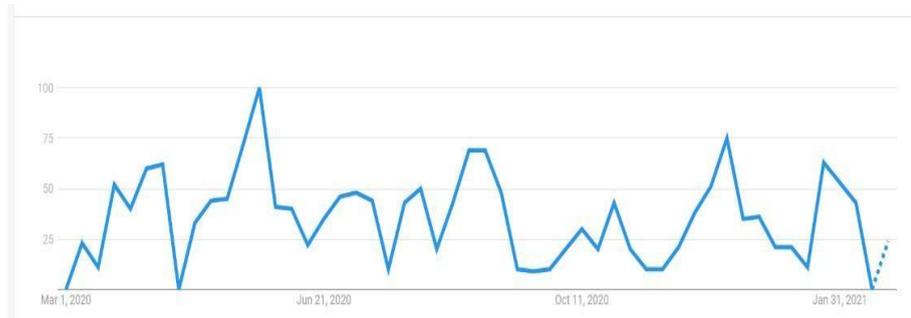
Bisnis bidang jasa di Indonesia sendiri seperti yang kita tahu sudah banyak, seperti : Jasa Laundry, kurir paket, jasa akomodasi penginapan, jasa design karangan bunga dan lain-nya. Indonesia dikatakan negara yang mengikuti perkembangan revolusi dengan baik dibuktikan dengan masyarakat milenial saat ini yang selalu *up to date* mulai dari gaya berpakaian, pergaulan, ideologi, maupun gaya hidup. Gaya hidup masyarakat milenial pada saat ini umumnya senang dengan hal-hal yang instan dan juga praktis hal itu dibantu dengan adanya teknologi yang super canggih saat ini yang lebih memudahkan mereka untuk memenuhi keinginan-nya. Gaya hidup inilah yang menginspirasi berdirinya beberapa toko bunga di Indonesia karena pada umumnya beberapa kegiatan sosial di Indonesia selalu berkaitan dengan pemberian bunga. Pemberian bunga diberikan kepada seseorang adalah sebagai bentuk kasih sayang atau ucapan selamat dan lain-nya di hari-hari tertentu seperti hari ulang tahun, pernikahan, kelulusan, atau hari-hari spesial lain-nya.

Florist adalah seseorang yang melakukan aktivitas merangkai, menghias, dan men-design bunga. Menurut **Darsono, Agustinus (1995:31)** *Florist* adalah salah satu bidang didalam hotel yang termasuk dalam *housekeeping department* yang bertanggung jawab atas ketersediaan seluruh rangkaian bunga, termasuk menyediakan, merangkai, dan mengganti karangan bunga yang ada di lokasi-lokasi khusus dalam hotel untuk keperluan hotel maupun pesanan luar hotel. Usaha florist cukup berkembang dengan adanya beberapa *flower shop* (toko bunga).

Usaha untuk membangun *flower shop* (toko bunga) adalah bisnis yang membutuhkan investasi dan modal yang relatif kecil dan menarik bagi wirausahawan maupun para pekerja karena bisnis tersebut dapat dikelola dengan jumlah SDM (sumber daya manusia) yang tidak terlalu banyak, ada beberapa wirausahawan yang membuka toko bunga dengan mempekerjakan keluarganya dan ada pula yang merekrut beberapa pekerja profesional untuk membantu menjalankan operasional, manfaat bagi para pekerja yang tertarik untuk bekerja di toko bunga selain mereka dapat bekerja secara teratur atau ketika dibutuhkan mereka juga menghasilkan produk dan pelayanan yang membawa kesenangan dan kebahagiaan bagi para pembeli. Pengembangan usaha di bidang *florist* cukup menjanjikan dimasa yang akan datang. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan ekspor bunga potong telah mencapai 21,8 persen per-tahun dan Indonesia adalah negara yang berada di urutan 30 dalam ekspor bunga potong dijelaskan dalam seminar pengembangan industri Florikultural untuk menembus pasar global September 2019 oleh karena itu dibutuhkan faktor pendorong peningkatan pertumbuhan produksi & investasi bisnis florist, sangat dibutuhkan nya pengusaha baru dan pengusaha muda yang bergerak.

Berdasarkan data pada website trends.google.com menunjukkan bahwa pertumbuhan *flower shop* di Indonesia mulai dari tanggal 1 maret 2020 sampai dengan 30 januari 2021 sangat fluktuatif. Ini dibuktikan dengan angka pertumbuhan toko bunga yang ada di Indonesia pada periode tersebut mulai dari 0%-100%. Berikut penulis tampilkan gambar dari grafik pertumbuhan *flower shop* yang ada di Indonesia.

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan *flower shop* di Indonesia



(Sumber : trends.google.com)

Di Jawa Barat sendiri, indeks pertumbuhan *flower shop* pada tanggal 1 maret 2020- 31 januari 2021 menduduki peringkat ke 4 dengan nilai indeks 39% berdasarkan grafik dari website tersebut. Berikut penulis tampilkan gambar dari grafik pertumbuhan *flower shop* yang berada di jawa barat.

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan *Flower Shop* di Jawa Barat



(Sumber: trends.google.com)

Berkembangnya beberapa *flower shop* (toko bunga) di Jawa Barat terutama di daerah Bandung membuat antar toko bunga mempunyai daya saing yang ketat, hal ini dikarenakan mereka ingin lebih unggul dari toko bunga lainnya dengan memiliki daya tarik tersendiri bagi pelanggan sehingga mereka akan mendapat keuntungan yang diinginkan. Bentuk kreativias dan keunikan dibuat sebagai diferensiasi bagi toko bunga satu dengan lain-nya.

Floristy dan cafe telah menjadi populer dikalangan para pelaku bisnis florist di luar negeri, dibuktikan dengan adanya toko bunga yang sudah dimodifikasi atau ditambahkan inovasi baru yaitu berupa cafe di dalamnya. Salah satu inovasi untuk menarik minat pelanggan dengan konsep toko bunga yang bisa dibidang masih jarang sekali diterapkan, khususnya di Bandung oleh karena itu penulis memiliki ide untuk membangun sebuah usaha dibidang *florist* dengan membangun suatu *flower shop* yang menggabungkan dengan sebuah kedai kopi kecil bernama “Floc On Shop “ yang ditambahkan dengan adanya mini galeri di dalam flower shop tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Tidak hanya sebagai toko bunga pada umumnya, di Floc On Shop pelanggan dapat membeli & merangkai bunga sesuai dengan keinginan-nya dibimbing oleh florist yang sudah terlatih sambil menikmati hidangan yang disediakan di kedai kopi kecil yang tersedia, namun pelanggan juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang florist dan beberapa bunga dari mini galeri yang tersedia. Berdirinya Floc On Shop diharapkan menjadi salah satu toko bunga yang menyediakan jasa *florist* terbaik di daerah Bandung dan menjadi inovasi bagi toko bunga lain-nya.

B. Gambaran Umum Usaha Bisnis

1) Deskripsi Bisnis

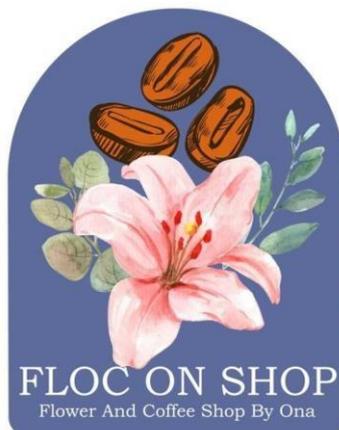
Penulis ingin membangun suatu usaha *florist* yaitu dengan membangun flower shop yang menggabungkan toko bunga dengan kedai kopi kecil di dalamnya. Selain ada coffee shop, penulis juga akan menambahkan mini galeri yang berisi lukisan, foto dan penjelasan

mengenai beberapa jenis bunga yang ada di Floc On Shop. Dibangun-nya Floc On Shop diharapkan menjadi terobosan atau inovasi baru dalam bidang bisnis florist khususnya di kota Bandung dan penulis ingin menjadikan floc on shop sebagai jasa florist terbaik di daerah Bandung dengan pelayanan & spesifikasi yang berbeda dari toko bunga lain-nya di Bandung.

2) Deskripsi Nama

Nama dari suatu usaha merupakan branding, tujuannya untuk menentukan karakteristik yang jelas bagi usaha tersebut dan menjadi suatu identitas atas produk tersebut yang menjadikan diferensiasi dengan produk lain-nya hal ini sama yang dikatakan oleh **Kotler (2009)** bahwa Branding adalah pemberian nama, istilah, tanda ataupun symbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya. Dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Penulis ingin membangun suatu usaha *florist* bernama "*Floc On Shop*" yang artinya adalah gabungan dari kata *flower & coffee shop* by Ona yang merupakan nama dari penulis. *Flower shop* sendiri yaitu toko bunga yang menyediakan jasa rangkaian bunga segar yang tersedia sesuai selera pelanggan baik untuk event-event tertentu maupun hari-hari tertentu selain itu menyediakan *coffee shop* yang berfungsi bagi pelanggan untuk bersantai, menunggu, dan tempat merangkai bunga hias-nya sesuai dengan selera pelanggan dengan menyediakan berbagai macam seduhan biji kopi yang tersedia didalam toko bunga tersebut.

3) Deskripsi Logo



Gambar 1.3 Logo Usaha Floc On Shop (Flower and Coffee shop by Ona)

Sumber : Data diolah oleh penulis

Logo diserap dari Bahasa Yunani yaitu logos yang punya makna sebagai arti pikiran, kata, budi, akal, serta pembicaraan. Logo pada umumnya adalah suatu bentuk kerangka dasar atau konsep untuk menggambarkan kualitas bisa berbentuk sebagai tulisan atau sketsa dan gambar, bentuk, warna, simbol sebagai bentuk entitas seperti : perusahaan, organisasi, produk, dan lain-nya. Logo dari Floc On Shop memiliki makna sebagai berikut :

- **Logo berbentuk lingkaran** : Lingkaran dapat diartikan sebagai kekekalan dan bersifat melindungi. Kadang, lingkaran dilambangkan sebagai penjaga hal-hal yang ada di dalam dan menunjukkan suatu komunitas, integritas, dan kesempurnaan.
- **Bunga Lily Merah Muda** : Melambangkan kemakmuran dan kekekalan. Yaitu, kami mengharapkan dengan dibangunnya bisnis ini, bisa memakmurkan dan meningkatkan ekonomi bagi masyarakat di sekitar tempat usaha ini dibangun.

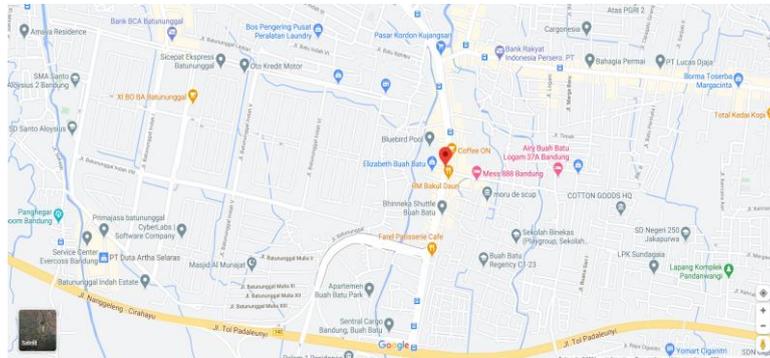
- **Biji Kopi** : Selain penanda bahwa di dalam flower shop ini juga menjual hidangan kopi. Biji kopi di logo kami juga memberi informasi bagi para pelanggan bahwa biji kopi yang digunakan disini adalah biji kopi pilihan terbaik dari berbagai macam daerah di Indonesia.
- **Warna Biru** : Melambangkan kedamaian, kesejukan, kesetiaan, dan kestabilan. Sehingga penulis mengharapkan para pelanggan bisa mendapatkan kedamaian, kesejukan, loyalitas dan tentunya kualitas yang stabil di setiap pembelian serangkaian bunga di Floc On Shop.
- **Slogan** : *“Making signs of love more beautifull with our art”*.

Tujuan penulis menggunakan kalimat tersebut sebagai slogan dari Floc On Shop karena, penulis ingin membuat tanda cinta yang semakin indah dengan adanya karya seni rangkaian bunga dari Floc On Shop.

4) Identitas Bisnis

Identitas Bisnis Floc On Shop meliputi lokasi dan & kontak informasi. Lokasi Floc On Shop berlokasi di Jalan. Terusan buah batu, pasir luyu, Bandung, Jawa Barat. Mengenai informasi Floc On Shop memiliki email floconshop@gmail.com dengan nomor telephone atau via whatsapp +6285851814633.

Gambar 1.4 Lokasi Usaha



Sumber : Data Diolah Oleh Penulis

C. VISI dan MISI

Visi Floc On Shop

Floc On Shop memiliki inovasi dalam penyedia jasa *florist* dan *flower shop* terbaik yang berdiri di daerah Jawa Barat khususnya di Kota Bandung.

Misi Floc On Shop

- Memberikan inovasi baru *flower shop* (toko bunga) khususnya yang ada di Kota Bandung dengan menambahkan *Coffee Shop* dan mini galeri.
- Memberikan pengetahuan kepada pengunjung tentang bagaimana merangkai bunga dengan adanya *florist*.
- Memberikan wawasan tentang bunga kepada pengunjung dengan adanya mini galeri yang berisi lukisan, foto dan penjelasan dari beberapa bunga yang ada di Floc On Shop.
- Memberikan pelayanan dan kesan terbaik untuk para pelanggan.

D. Analisis S.W.O.T

Analisis SWOT adalah metode strategis dalam perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis menurut Rangkuti (2016:10). Analisis SWOT ini terbagi menjadi dua faktor yaitu: internal dan eksternal. Faktor Internal sendiri merupakan: kekuatan (*strength*), dan kelemahan (*weakness*). Sedangkan faktor eksternal adalah: peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*). Perancangan SWOT dilakukan untuk menentukan aspek penting, mencapai tujuan (*visi*) dan juga mengetahui apa saja kekuatan dan peluang yang bisa dikembangkan dan juga cara untuk mengatasi kelemahan dan juga ancaman.

Tabel 1.1 Analisis SWOT

	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
INTERNAL	1. Toko bunga pertama yang menambahkan coffee shop di dalamnya di kota Bandung khususnya di daerah Buah Batu.	1. Nama brand yang belum terkenal.
	2. Toko bunga pertama yang memiliki gallery bunga yang menampilkan foto dan deskripsi tentang bunga yang ada di Floc On Shop.	2. Dibutuhkannya usaha yang lebih dalam bidang marketing.

	Peluang (opportunity)	Ancaman (Threats)
EKSTERNAL	1. Daya tarik bagi kaum muda maupun tua dengan adanya penambahan coffee shop di dalam toko bunga ini.	1. Munculnya pesaing yang menggunakan konsep yang sama.
	2. Meningkatnya keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa design karangan bunga.	2. Ketersediaan beberapa bunga yang terbatas seperti bunga impor.
	3. Memberikan kesempatan bagi siapapun untuk merangkai bunga sesuai dengan kreatifitas masing- masing.	

Sumber : data diolah oleh penulis.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Sesuai kalimat slogan yang dipakai Floc On Shop yaitu “Making signs of love more beautifull with our art” yang mempunyai arti membuat tanda cinta menjadi lebih indah dengan karya dari *florist* Floc On Shop. Floc On Shop memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- Lokasi yang sangat strategis.
- Fasilitas yang nyaman.
- Peragkai bunga yang sudah terlatih.

- Karayawan yang sudah dibekali untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan.
- Banyak pilihan bunga yang bisa dirangkai.
- Coffee shop yang menyediakan minuman yang tersedia.
- Mini galeri yang berisi lukisan, foto dan deskripsi atau penjelasan dari beberapa bunga yang ada di Floc On Shop.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut undang-undang ketentuan umum pajak Indonesia, badan usaha ialah sekumpulan orang atau pemodal yang menjadi satu kesatuan, baik yang melakukan atau mengelola usaha maupun tidak. Ada beberapa jenis dan bentuk badan usaha yang berada atau berlaku di Indonesia, yaitu: perjan, perum, perseroan terbatas, perusahaan perseorangan, firma, dan CV (Commanditaire Vennootschap).

Dari banyaknya jenis dan bentuk badan usaha yang berada atau berlaku di Indonesia, penulis mengklasifikasikan badan usaha ini kedalam bentuk commanditaire vennootschap (CV). Karena bidang usaha ini didirikan oleh 2 orang yang dimana masing masing orang tersebut tidak hanya memberi modal tetapi juga ikut mengelola dan menjalankan badan usaha tersebut. Pengertian dari Commanditaire Vennootschap (CV) sendiri ialah suatu bentuk kemitraan yang dibentuk oleh dua orang atau lebih dengan masing masing anggota memiliki tanggung jawab masing-masing.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas adalah salah satu bagian terpenting dalam membangun suatu perusahaan atau badan usaha. Mendirikan suatu perusahaan atau badan usaha di Indonesia harus mengikuti dan melengkapi aspek- aspek legalitas yang sudah ditentukan oleh pemerintahan Indonesia. Aspek-aspek tersebut yaitu:

- Nama badan usaha.
- Surat yang berisi anggaran dasar perusahaan yang akan didirikan yang dibuat oleh pejabat setempat yang berwenang.
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU).
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan).

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off