

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan sebagai penopang perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2024), UMKM memberikan kontribusi sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Meskipun memiliki peranan yang besar, UMKM masih dihadapkan pada tantangan terkait manajemen usaha yang terstruktur dan strategi pengembangan yang berkelanjutan.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan ialah industri *florist* dan jasa dekorasi. Berdasarkan data Asosiasi *Florist* Indonesia (2023), nilai pasar *florist* nasional telah mencapai Rp 1,2 triliun dengan laju pertumbuhan sekitar 15% setiap tahun. Peningkatan tersebut didorong oleh tingginya permintaan terhadap rangkaian buket bunga dan layanan dekorasi untuk berbagai acara, seperti pernikahan, pertunangan, ulang tahun, serta kegiatan formal maupun informal lainnya.

Selain dari segi pertumbuhan, pola perilaku konsumen turut mengalami perubahan yang cukup signifikan. Berdasarkan laporan Katadata *Insight Center* (2023), sekitar 60% transaksi di sektor *florist* saat ini dilakukan secara daring, terutama melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan berbagai *platform marketplace*. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

The Rep's Flower & Decoration yang berlokasi di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang *florist* dan jasa dekorasi. Usaha ini telah beroperasi selama 6 tahun dengan menawarkan berbagai produk kreatif, seperti buket bunga segar, buket makanan ringan, buket uang, buket bunga *artificial*, serta layanan dekorasi untuk beragam keperluan.

Usaha ini memiliki potensi yang cukup menjanjikan, mengingat setiap tahunnya terdapat beberapa periode tertentu yang berdampak signifikan terhadap peningkatan permintaan maupun pendapatan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik usaha yang sangat berkaitan dengan berbagai acara atau momen spesial. Sebagai salah satu indikator pendukung, berikut ini disajikan data pendapatan tahun 2024:

Tabel 1.1 Pendapatan The Rep's Flower tahun 2024

Bulan	Pendapatan 2024 (Rp)
Januari	Rp 6,500,000
Februari	Rp 4,700,000
Maret	Rp 4,500,000
April	Rp 9,065,000
Mei	Rp 6,000,000
Juni	Rp 12,565,000
Juli	Rp 8,840,000
Agustus	Rp 7,325,000
September	Rp 6,930,000
Oktober	Rp 5,835,000
November	Rp 7,335,000
Desember	Rp 7,975,000
Total	Rp 80,405,000

Berdasarkan catatan pendapatan aktual, The Rep's Flower & Decoration mencatat total pemasukan sebesar Rp 12.565.000 pada bulan Juni 2024. Bulan ini merupakan periode puncak permintaan yang ditandai dengan momen wisuda dan pernikahan, sehingga terjadi lonjakan pesanan baik untuk buket maupun layanan dekorasi. Rincian pendapatan mencakup penjualan sekitar 60 unit buket wisuda,

buket besar dan mahar, serta lima proyek jasa dekorasi. Di sisi lain, total pengeluaran usaha pada bulan yang sama mencapai Rp 7.050.000, yang terdiri atas biaya pembelian bahan baku, tenaga kerja tambahan, pengemasan, transportasi, serta biaya operasional lainnya.

Tabel 1.2 Arus kas The Rep's Flower Juni 2024

Keterangan	Jumlah (Rp)
PENDAPATAN USAHA	
Penjualan buket wisuda (60 unit)	Rp 7.500.000
Penjualan buket besar & mahar	Rp 2.565.000
Jasa dekorasi (5 event)	Rp 2.500.000
Total Pendapatan	Rp 12.565.000
PENGELUARAN USAHA	
Bunga segar, wrapping, dll	Rp 4.200.000
Tenaga kerja tambahan	Rp 1.000.000
Transportasi & logistik	Rp 500.000
Biaya pengemasan & peralatan kecil	Rp 650.000
Promosi (sosial media, data internet)	Rp 300.000
Biaya operasional lain (listrik, dll)	Rp 400.000
Total Pengeluaran	Rp 7.050.000
Laba Bersih Juni 2024	Rp 5.515.000

Dengan demikian, usaha mencatat laba bersih sebesar Rp 5.515.000. Temuan ini menunjukkan bahwa momen musiman seperti kelulusan dan pernikahan dapat

menjadi peluang strategis bagi UMKM florist untuk memaksimalkan pendapatan, asalkan didukung dengan kesiapan produksi dan promosi yang optimal.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara awal dan observasi langsung, usaha ini masih menghadapi sejumlah tantangan penting yang dapat memengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhannya. Diantaranya:

Pertama, pada aspek *Value Proposition*, produk yang ditawarkan oleh The Rep's *Flower & Decoration* masih dianggap kurang memiliki keunikan dibandingkan dengan para pesaing, seperti Nadifa *Florist* dan Neng *Bouquet*. Usaha tersebut telah memanfaatkan pendekatan *storytelling* dan katalog digital untuk menarik minat pelanggan secara lebih efektif. Situasi ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan pembaruan nilai yang ditawarkan agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kedua, dari aspek *Channels*, strategi pemasaran dan distribusi The Rep's *Flower & Decoration* masih terbatas pada pemanfaatan media sosial dasar, seperti Instagram dan WhatsApp. Usaha ini belum mengoptimalkan penggunaan iklan berbayar, katalog digital, maupun platform *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Padahal, berdasarkan tren industri, keberhasilan bisnis *florist* dalam meningkatkan penjualan sangat dipengaruhi oleh kehadiran yang aktif dan responsif di ranah digital.

Ketiga, pada elemen *Customer Relationships*, belum terdapat sistem yang terstruktur untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Sebagai contoh, usaha ini belum memiliki program diskon khusus untuk pemesanan ulang, pengumpulan basis data pelanggan, maupun sistem keanggotaan sederhana yang dapat meningkatkan *engagement* serta hubungan jangka panjang. Konsekuensinya, pelanggan cenderung lebih mudah beralih kepada pesaing yang mampu memberikan pengalaman layanan yang lebih baik.

Keempat, pada aspek *Key Resources*, khususnya dalam pengelolaan stok bunga segar, usaha ini belum memiliki sistem pencatatan inventori yang memadai. Berdasarkan Laporan Rantai Pasok *Florist* Indonesia (2023), kerusakan bunga

sebelum terjual dapat mencapai 25%, sehingga menimbulkan pemborosan dan meningkatkan beban biaya. Apabila kondisi ini tidak segera diatasi, maka hal tersebut berpotensi menurunkan margin keuntungan serta efisiensi operasional usaha.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan suatu kerangka analisis yang mampu memetakan model bisnis secara menyeluruh sekaligus mengidentifikasi berbagai faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. *Business Model Canvas* (BMC) sebagaimana dikembangkan oleh Aithal (2020) dapat digunakan sebagai metode yang tepat untuk memahami elemen-elemen fundamental dalam model bisnis. BMC merumuskan kerangka bisnis melalui sembilan komponen utama, yakni segmen pelanggan (*customer segments*), proposisi nilai (*value propositions*), saluran distribusi (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), aliran pendapatan (*revenue streams*), sumber daya kunci (*key resources*), aktivitas kunci (*key activities*), mitra kunci (*key partnerships*), dan struktur biaya (*cost structure*).

Selain itu, agar rekomendasi strategi yang dihasilkan dapat lebih terarah dan terukur, penelitian ini juga dilengkapi dengan penyusunan matriks SWOT. Penyusunan matriks SWOT dilakukan melalui perhitungan bobot dan skor tertimbang dengan pendekatan IFE & EFE Analisis tersebut diharapkan mampu memetakan faktor internal dan eksternal secara lebih objektif melalui pendekatan IE (*Internal-External*). Dengan demikian, strategi pengembangan usaha dapat dirumuskan secara tepat berdasarkan data yang valid, akurat, dan relevan dengan kondisi usaha.

Dengan demikian, temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan gambaran kondisi model bisnis *The Rep's Flower & Decoration* secara deskriptif, tetapi juga menghasilkan rekomendasi strategi pengembangan yang implementatif, adaptif, dan sesuai dengan dinamika industri *florist* pada era digital saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengenai latar belakang diatas, di peroleh beberapa permasalahan dengan hasil identifikasi sebagai berikut:

1. Terbatasnya diferensiasi produk
Produk yang disajikan belum menunjukkan keunikan yang membedakan dari para pesaing, baik dari segi desain, layanan, maupun tingkat personalisasi.
2. Media sosial belum optimal
Media sosial, khususnya Instagram, hanya digunakan secara sederhana tanpa penerapan strategi konten, pemanfaatan iklan berbayar, maupun integrasi dengan *platform marketplace*.
3. Belum ada sistem pengelolaan pelanggan
Belum ada *database* pelanggan, program loyalitas, atau pendekatan hubungan pelanggan yang terstruktur.
4. Efisiensi pengelolaan stok bunga yang belum optimal
Kerusakan bunga kerap terjadi akibat belum diterapkannya sistem pencatatan dan rotasi stok yang efektif.
5. Belum adanya pemetaan model bisnis secara menyeluruh
Pengelolaan usaha masih dilakukan secara intuitif tanpa memanfaatkan alat analisis seperti *Business Model Canvas*.

1.3 Ruang Lingkup / Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian dan menghindari perluasan pembahasan yang tidak relevan, ruang lingkup atau batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan pada hal-hal berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada analisis strategi bisnis The Rep's *Flower* melalui pemetaan *Business Model Canvas* (BMC). Selain itu, penelitian ini juga dilengkapi dengan penggunaan matriks SWOT serta analisis IFE dan EFE sebagai alat bantu dalam merumuskan perencanaan strategi yang lebih efektif dan terarah.

2. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang disesuaikan dengan elemen-elemen BMC.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis *The Rep's Flower & Decoration* saat ini jika dianalisis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Apa saja kelemahan dan tantangan utama yang dihadapi pada elemen-elemen BMC?
3. Strategi pengembangan seperti apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha berdasarkan hasil analisis BMC?

1.5 Maksud dan Tujuan Masalah

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan gambaran komprehensif terkait kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh *The Rep's Flower & Decoration*. Selain itu, penelitian ini berupaya merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*, analisis SWOT, serta analisis IFE dan EFE. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan solusi strategis yang tepat untuk pengembangan bisnis tersebut.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis model bisnis *The Rep's Flower & Decoration* berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Menganalisis serta mengevaluasi permasalahan pada elemen-elemen BMC menggunakan analisis SWOT, yaitu IFE & EFE, IE, dan Matrix SWOT
3. Memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan usaha *florist* berbasis hasil dari analisis.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, peneliti membuat sistematika yang terdiri dari beberapa bagian. Dengan sistematika tersebut penelitian ini dapat tersusun secara sistematis dan sesuai dengan prosedur penelitian. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Mengenai bab I berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian yang diambil dari buku dan beberapa jurnal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, objek, jadwal dan lokasi penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data/analisis data yang dijelaskan secara lebih detail mengenai langkah langkah dalam proses penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat uraian mengenai profil objek penelitian yang menjadi fokus kajian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian secara terperinci dengan menitik beratkan pada analisis *Business Model Canvas*. Seluruh pembahasan disusun secara mendalam agar dapat memberikan gambaran yang komprehensif terkait model bisnis yang diterapkan dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini sebagai bab penutup memuat kesimpulan yang merangkum hasil akhir dari keseluruhan proses penelitian. Selain itu, pada bab

ini juga disajikan saran yang berupa rekomendasi atau masukan konstruktif bagi pihak yang menjadi objek penelitian. Dengan demikian, diharapkan kesimpulan dan saran tersebut dapat memberikan manfaat praktis maupun sebagai bahan pertimbangan pengembangan usaha ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang data pendukung yang digunakan dalam penelitian ini.