

### Simple Bouquet Homemade sebagai Alternatif Bisnis Kreatif

M. Danis Mahbub F<sup>1</sup>, Renaldi Calvinda P<sup>2</sup>, Faizatuz Zuhriyah<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri

e-mail: [danisfadlila48@gmail.com](mailto:danisfadlila48@gmail.com)<sup>1</sup>, [celvinrenaldi@gmail.com](mailto:celvinrenaldi@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[kakfaizatuz@gmail.com](mailto:kakfaizatuz@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Buket merupakan salah satu hadiah yang tren dikalangan mahasiswa ketika momen wisuda. Melihat potensi tersebut, kami memilih untuk kerajinan tangan di bidang kreatif ini sebagai sasaran bisnis yang layak dijalankan. Apalagi variasi harga maupun ide buket bisa bermacam-macam karena buket dapat dirangkai dengan berbagai alternatif bahan seperti bunga asli, bunga buatan bahkan bahan makan. Tahapan produksi buket dimulai dengan segmentasi, *targeting*, *positioning*, *pricing*, dan *promotion*. Segmentasi dan *targeting* ditujukan untuk analisis waktu produksi dan pengelompokan sasaran pembeli. *Positioning* dan *pricing* difokuskan pada pembuatan buket sesuai dengan budget pemesan bucket sehingga produk buket layak untuk dipasarkan. Dan terakhir *promotion* atau upaya pemasaran yang dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Shopee*.

**Keywords:** *Bouquet Homemade*

**Abstract:** A bouquet is one of the trendy gifts among students at graduation. Seeing this potential, we chose to make handicrafts in this creative field as a viable business target. Moreover, variations in prices and bouquet ideas can vary because bouquets can be assembled with various alternative materials such as real flowers, artificial flowers and even food ingredients. The stages of bouquet production begin with segmentation, *targeting*, *positioning*, *pricing*, and *promotion*. Segmentation and *targeting* is aimed at estimating the time of making bouquets and grouping target buyers. The *Positioning* dan *pricing* is carried out by making a bouquet as the buyers want so that the bouquet product is worthy of being marketed. And finally *promotion* or the marketing efforts made through social media such as *Instagram*, *Facebook*, *Shopee*.

**Keywords:** *Bouquet Homemade*

#### A. Pendahuluan

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya. Keuntungan merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan finansial. Besarnya keuntungan ditetapkan sesuai target dan batas waktunya. (Purwana dan Hidayat, 2016:2)

Umumnya hadiah merupakan hal yang sangat diinginkan oleh setiap orang. Banyak bermacam-macam jenis hadiah yang ditawarkan sekarang ini, mulai dari jam, tas, baju,

bunga dan sebagainya. Hadiah buket contohnya, dapat diberikan pada saat ulang tahun, wisuda, *anniversary* dan lain-lain. Oleh karena itu, orang-orang sekarang banyak mencari hal yang kreatif dan dapat bertahan lama. Disini kami membuat ide untuk menjual buket yang dapat dijadikan hadiah dan dapat bertahan lama.

## **B. Metode**

Bentuk usaha dari bisnis kami adalah usaha kecil mandiri dimana modal untuk usaha berasal dari kami sendiri. Usaha kami bergerak dalam bidang *florist* yang menjual buket kerajinan tangan. Bisnis kami ini nantinya akan kami promosikan melalui media online sehingga dapat memudahkan pelanggan dari daerah lain yang ingin membeli buket kami.

Sekarang ini melakukan bisnis buket merupakan kegiatan bisnis yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat yang selalu memberi hadiah di beberapa kegiatan seperti wisuda, *anniversary*, pernikahan dan sebagainya. Dari kebiasaan tersebut maka munculah berbagai macam jenis buket dengan berbagai kreasi. Pada umumnya buket terbuat dari bunga yang di jual oleh kebanyakan orang berasal dari bunga asli yang dipetik dari kebun. Namun sangat disayangkan buket bunga tersebut tidak biasa bertahan lama Karena bunga asli lama kelamaan akan layu dan kalau sudah layu maka bunga tersebut nantinya akan dibuang.

Dari masalah tersebut kami membuat inovasi agar buket yang dijadikan hadiah tersebut tidak layu dan dibuang. Kami akan membuat buket kerajinan tangan. Dengan begitu buket dapat disimpan lebih lama.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Segmentasi**

Segmentasi adalah pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. Segmentasi pasar bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. Segmentasi pasar perlu diperhatikan beberapa variabel, yaitu :

- a. Segmentasi demografis *Simple Bouquet Homemade* lebih kepada remaja, pelajar/mahasiswa yang memberi buket bunga sebagai hadiah ulang tahun, *graduation*, dan *anniversary*.
- b. Segmentasi geografis *Simple Bouquet Homemade* berada di daerah yang cukup strategis dimana terdapat banyak sekolah dan kampus yang berdekatan sehingga akan mudah dalam menarik target pasar dikarenakan lokasi yang sangat berdekatan.
- c. Segmentasi psikografis adalah masyarakat (pelajar/mahasiswa) yang memiliki tren untuk memberi bunga dalam acara atau situasi tertentu.

## 2. Targeting

*Simple Bouquet Homemade* menargetkan produknya kepada pelajar/mahasiswa yang sedang mengikuti tren untuk memberi buket bunga saat acara tertentu dari usia 16 - 25 tahun. Target kami adalah pemasaran lewat online shop.

## 3. Positioning

Positioning dari *Simple Bouquet Homemade* Adalah menjadikan buket yang berkualitas dan lebih unggul dengan mengunggulkan kreatifitas tangan.

## 4. Pricing

Untuk buket sedang sebesar Rp. 40.000,.

## 5. Promotion

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. Promosi dilakukan berbagai cara dalam usaha meningkatkan penjualan (Purwana dan Hidayat, 2016:93). Berikut ini contoh promosi yang akan *Simple Bouquet Homemade* dilakukan demi meningkatkan penjualan yaitu:

### a) Social Media

Adalah suatu metode penjualan melalui dunia maya atau yang biasa disebut internet. Dengan menggunakan akun dan pengemasan yang menarik dan inovatif agar dapat menarik pelanggan. *Simple Bouquet Homemade* akan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter,* dan *Line* sebagai media promosi dan media pemberian testimoni mengenai produk untuk membangkitkan jumlah permintaan terhadap produk.

### b) Personal Selling

Penjualan yang dilakukan sendiri oleh pemilik dengan cara menawarkan langsung kepada kerabat, teman dan masyarakat sekitar.

## D. Simpulan

Usaha ini adalah usaha kecil yang bergerak dibidang accessories dan hadiah, dalam proses penjualannya usaha ini melayani konsumennya baik *offline* maupun *online*. Pemesanan dapat memesan langsung maupun menghubungi kontak yang tersedia dan juga melalui *marketplace* kami. Konsumen yang datang langsung akan disambut dengan hangat dan dilayani dengan sopan sehingga akan membuat konsumen menjadi nyaman dan membuat nilai tambah tersendiri untuk usaha ini.

## Daftar Rujukan

- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Madura, Jeff (2007). *Introduction To Business*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Purwana, D., & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). *Pengantar Ilmu Organisasi*. Bogor: In Media.