



Strategi Pemasaran UMKM pada Produk Buket Bunga (Studi Kasus Pada Toko Kristian Florist)

Sri Amanah, Arie Eko Cahyono, Shendy Andrie Wijaya

Universitas PGRI Argopuro Jember

e-mail: amanah2209@gmail.com

Abstrak

Riwayat Artikel

Tanggal diajukan:

13 Desember 2025

Tanggal diterima :

02 Januari 2025

Tanggal dipublikasikan:

16 Januari 2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran umkm pada produk buket bunga. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk jenis penelitian kualitatif. Sumber informasi yang digunakan untuk eksplorasi ini adalah informasi penting dan informasi tambahan. Teknik pengumpulan data untuk menganalisis strategi pemasaran umkm pada produk buket bunga menggunakan teknik obsevasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Sedangkan, data sekunder didapatkan dari Bukti produksi dan pemasaran pada produk buket bunga. Dan semua data-data tersebut diharapkan dapat memberikan deskripsi tentang strategi pemasaran UMKM pada produk buket bunga. Strategi pemasaran umkm dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan di Toko Buket Kristian Florist. Kemudian pada saat itu akan dilakukan penelitian mengenai teknik pemasaran dan kendala yang dihadapi oleh Kristian Flower Specialist Shop dalam memasarkan produknya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tersebut adalah terdapat beberapa pembahasan, khususnya Strategi, Hambatan, Dan Solusi. Toko Kristian Florist menerapkan strategi pemasaran segmentasi dan bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion). Segmentasi pasar berupa produk ini lebih ditunjukan kepada remaja atau mahasiswa. Strategi Product berupa inovasi produk buket bunga, strategi price berupa potongan harga setiap pembelian hari tertentu, strategi place berupa seperti memilih tempat sekitar sekolah atau kampus. Strategi promotion berupa membuat story lewat media sosial. Kemudian hambatan yang terjadi seperti persaingan produk sejenis tetapi toko Kristian memiliki solusi seperti tetap menjaga kualitas produk dengan desain yang kreatif.

Kata kunci: Strategi Pemasaran; Umkm; Buket Bunga

Corresponding Author :

Nama :

Sri Amanah

Institusi :

amanah2209@gmail.com

Email :

amanah2209@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the marketing strategy of MSMEs in flower bouquet products. This study uses a descriptive approach for qualitative research types. The sources of information used for this exploration are important information and additional information. Data collection techniques to analyze MSME marketing strategies in flower bouquet products use observation techniques, interviews, documentation and literature studies. Primary data is obtained through observation and interviews. Meanwhile, secondary data is obtained from evidence of production and marketing of flower bouquet products. And all of these data are expected to provide a description of the MSME marketing strategy in flower bouquet products. MSME marketing strategies are carried out to increase sales and profits at the Kristian Florist Bouquet Shop. Then at that time a study will be conducted on marketing techniques and obstacles faced

by Kristian Flower Specialist Shop in marketing its products. The results of the research conducted by the researcher are that there are several discussions, especially Strategy, Obstacles, and Solutions. Kristian Florist Shop applies a segmentation marketing strategy and a 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). Market segmentation in the form of this product is more aimed at teenagers or students. Product strategy in the form of flower bouquet product innovation, price strategy in the form of discounts for every purchase on a certain day, place strategy in the form of choosing a place around a school or campus. Promotion strategy in the form of creating a story via social media. Then the obstacles that occur such as competition with similar products but Kristian's shop has a solution such as maintaining product quality with creative designs.

Keywords: Strategy Marketing, MSMEs, Flower Bouquet

PENDAHULUAN

Data perekonomian Indonesia mengalami penurunan akibat dari dampak covid-19. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar -2,07 persen. Hal ini menyebabkan perekonomian Indonesia pada tahun 2020 mengalami kemerosotan yang cukup tajam. Mulai dari penurunan penjualan, penurunan jumlah produksi, hingga penurunan pendapatan. Upaya Memajukan Perekonomian Indonesia Pemimpin Republik Indonesia telah memberikan arahan untuk membina perekonomian Indonesia melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran UMKM sangat besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia yang merupakan mayoritas dari semua unit usaha. Pernyataan Deputy Rudy. "Presiden menyebutkan bahwa pada tahun 2024 akan ada 30 juta UMKM yang go digital. Saat ini kita sedang mendorong melalui suatu kerangka kerja kelompok atau fokus, karena hasil akhirnya bukan hanya mereka masuk ke dalam tahapan digital, tetapi juga mereka akan berhasil menjadi pelaku pasar global dan berorientasi pada perdagangan". Hal ini merupakan salah satu upaya untuk membangun eksistensi UMKM, yaitu dengan memanfaatkan peluang untuk masuk ke pasar global melalui Global Value Chain (GVC) dan Global Internet of Things (GEC). Penggabungan UMKM ke dalam GVC dapat dilakukan melalui pengiriman dana tidak langsung melalui agregator lokal atau lembaga mitra yang tidak dikenal (Kelompok Layanan Perusahaan Keuangan Republik Indonesia).

UMKM dinyatakan dalam Peraturan Nomor 20 Tahun 2008 sebagai "suatu badan usaha kecil yang dimiliki dan dikelola oleh orang-orang dengan penghasilan tertentu". Pelaku usaha kecil pada umumnya mengabaikan strategi bisnis dan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka tidak memikirkan bagaimana cara meningkatkan produk yang mereka pasarkan agar lebih baik, bagaimana cara meningkatkan dan mempertahankan penjualan produk tersebut, atau bagaimana cara menjual barang yang mereka jual. Sebagian besar pelaku usaha UMKM hanya berfokus pada penjualan barang dagangan mereka dan hasil usaha mereka umumnya dihabiskan untuk penggunaan pribadi sesuai kebutuhan. Jika semua pelaku UMKM menghabiskan seluruh keuntungan mereka hanya untuk penggunaan pribadi, tentu saja tidak akan ada peningkatan dalam usaha mereka.

Saat ini, produk dari para pelaku UMKM semakin populer, dan salah satu produk yang sangat diminati oleh masyarakat serta memiliki potensi bisnis yang tinggi adalah buket bunga.

Dengan kondisi ini, banyak kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai varian buket bunga secara kontinu di pasar lokal. Buket bunga adalah rangkaian bunga yang biasanya diberikan sebagai hadiah dalam momen seperti wisuda, ulang tahun, atau perayaan lain kepada teman atau orang tersayang.

Buket bunga adalah kumpulan beberapa bunga yang disusun sedemikian rupa menjadi rangkaian bunga yang indah sehingga menghasilkan sesuatu yang menarik dan berbeda di masa kini, (Tableessy, 2021). Rangkaian bunga mawar yang berbeda dapat diciptakan berdasarkan imajinasi produsen dengan menambahkan berbagai item dan menambahkan hal-hal yang dibutuhkan pembeli, hal ini merupakan sesuatu yang menarik dan berbeda di masa kini.

Toko kristian florist ialah usaha buket yang bergerak di bidang kreatif dan berdiri pada tahun 2019 hingga saat ini toko. kristian Florist memproduksi berbagai macam produk buket mulai dari buket Bunga , Buket snack, snack tower ,Buket boneka ,buket hijab, buket balon, buket uang dan lain sebagainya tergantung permintaan konsumen. Usaha buket kristian florist mampu bertahan dari awal 2019 hingga saat ini dengan banyaknya jumlah pengikut Instagram dan perbedaan harga yang cukup banyak juga memungkinkan toko kristian florist tetap bertahan di tengah banyaknya pesaing daya tarik kreasi terhadap buket menunjang sesuai harga dan kualitasnya.

METODE

Penelitian ini memakai metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menguraikan fenomena sosial yang ada dengan meningkatkan konsep dan mengumpulkan fakta. Menurut Creswell (2016:4) Penelitian kualitatif adalah suatu cara untuk menggali dan mempelajari makna yang dilekatkan sebagian orang pada persoalan manusia dan sosial. Metode kualitatif Peneliti menggunakan pertanyaan dan prosedur, data yang jelas dari sumber, dan interpretasi makna data untuk mengumpulkan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran umkm pada produk buket bunga Di Toko Kristian Florist. Hasil penelitian memperoleh data sebagai berikut:

Gambaran umum lokasi penelitian

Toko Kristian Florist berlokasi di Dusun Tegalyasan, Desa Tegalarum, Kecamatan Sempu, Kabupaten Banyuwangi dan di dirikan pada tahun 2019. Nama pemilik toko yaitu Ibu Tiana. Awal mula merintis usaha buket bunga ini karena ibu Tiana hobi merangkai bunga dan awalnya hanya mengisi waktu luang.

Sejarah Toko Kristian Florist

Toko Kristian Florist resmi dibuka pada tahun 2019 dan bertempat di Dusun Tegalyasan Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Berawal dari ibu Tiana yang hobi merangkai bunga dan mengisi waktu luang, akhirnya ibu Tiana terfikir untuk membuka Toko Kristian Florist. Dimulai dengan membuat tester buket bunga, kemudian diupload ke whatsapp dan instagram milik ibu Tiana. Akhirnya ada yang tertarik dengan buket ibu Tiana, kemudian ibu Tiana meminta penilaian dan masukan dari tetangga maupun pengikut instagram, rata – rata tanggapan mereka semuanya bagus dan tetangga maupun followers ibu kristian memberi pendapat produk ini akan laris kalo misal dijual. Nah setelah itu ibu kristian memantapkan hati untuk langsung membuka usaha buket bunga tersebut. Setelah tiga bulan berlalu karena melihat perkembangannya terus meningkat, banyak konsumen yang membeli dan meminta nomer telepone pemilik dengan alasan agar bisa pesan lewat whatsapp.

Visi Dan Misi Toko kristian florist

a. Visi

Menjadi toko buket online terpercaya dan pilihan utama pelanggan dalam menciptakan momen spesial yang berkesan.

b. Misi

1. Menyediakan beragam pilihan buket bunga dan berkualitas tinggi dengan desain yang kreatif dan menarik.
2. Memberikan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan menguntungkan bagi klien.
3. Menawarkan harga yang kompetitif dan transparan.
4. Layanan pelanggan harus ramah, cepat tanggap, dan profesional. Berdedikasi untuk memastikan kepuasan pelanggan dan selalu berusaha memenuhi atau melampaui harapan mereka.
5. Terus memajukan dan mengembangkan produk dan layanan untuk mengatasi masalah sektor bisnis yang sedang berkembang.

Logo

Trend yang berkembang dikalangan masyarakat dimanfaatkan oleh ibu Tiana. Awal mula ibu Tiana membuat buket bunga itu hanya sekedar hobi dan mengisi waktu luang. Setiap hari ibu kristian membuat karangan buket kemudian iseng di upload di instagram dan whatsapp, ternyata banyak yang suka dan Tanya-tanya tentang buket buatannya. Kemudian ibu Tiana muncul ide membuka toko buket bunga bersama suami, dan nama logonya adalah kristian florist yang berasal dari nama ibu tiana dan suaminya.

Logo kristian florist berwarna hijau yang sering dikaitkan dengan alam, tumbuhan, dan pertumbuhan baru. Dalam konteks buket bunga, warna hijau dapat melambangkan kesegaran bunga dan harapan untuk masa depan yang cerah. Selain itu warna hijau pada toko bunga mewakili komitmen toko terhadap produk yang segar dan ramah lingkungan.

Data Penjualan Buket

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk dilihat, disebutkan, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara sederhana, suatu produk merupakan suatu persepsi emosional produsen terhadap sesuatu yang dapat ditawarkan, sebagai suatu usaha untuk mencapai tujuan hierarkis melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kemampuan dan kapasitas pasar dan daya belinya (Tjiptono, 2002).

Dari hasil Penelitian, Peneliti mendapatkan hasil dari persepsi dan pertemuan yang telah dilakukan analisis dengan Ibu Tiana, bahwa Toko Bunga Kristian mempunyai banyak sekali macam rangkaian bunga yang dapat dibeli, baik berupa berbagai macam bunga plastik maupun bunga yang terbuat dari wool, makanan ringan, uang tunai, dan lain sebagainya.



Gambar Produk Kristian Florist

Tabel Penjualan Toko Kristian Florist

Tahun	Jumlah (Rp)
2019	2.000.000
2020	1.000.000
2021	1.500.000
2022	2.500.000
2023	4.000.000

Berdasarkan tabel diatas, memberikan informasi mengenai jumlah penjualan yang dilakukan toko kristian florist mulai tahun 2019 hingga tahun 2023, jumlah penjualan tahun 2019 yaitu Rp. 2.000.000 . Namun awal tahun 2020 penjualan toko kristian florist mengalami penurunan yang diakibatkan covid-19 yaitu pendapatan hanya mencapai Rp. 1.000.000 Perbulan. Kemudian tahun 2021, kondisi nya masih sama pemerintah yang masih menerapkan sosialdistancing yang mengakibatkan toko kristian menghasilkan penjualan yang sedikit naik yaitu mencapai Rp. 1.500.000. kemudian tahun 2022 hingga saat ini covid-19 yang menghilang, dengan menerapkan strategi seperti segmentasi dan bauran pemasaran penjualan toko kristian florist mengalami peningkatan terus menerus yaitu mencapai Rp 3.000.000 sampai Rp. 4.000.000 Perbulan.

Dari data penjualan tersebut didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan dengan ibu Tiana selaku pemilik usaha:

” Ibu Tiana mengatakan bahwa tahun 2020 penjualan menurun, karena banyak acara-acara yang harus dilakukan secara online seperti wisuda dan pemerintah membatasi interaksi antar manusia yang menjadikan banyak toko tutup akibat pembatasan sosial”.

Persaingan produk sejenis

Di dunia bisnis persaingan produk sejenis adalah hal yang tak terhindarkan. Para pelaku usaha harus selalu siap menghadapi pesaing yang menawarkan produk serupa dengan berbagai keunggulannya. Persaingan ini dapat memicu inovasi dan meningkatkan kualitas produk, namun juga dapat menjadi tantangan yang berat bagi kelangsungan bisnis. Di Banyuwangi ada 2 toko buket yaitu:

1. Toko Damar_Craf_art

Sebelum membuka usaha buket bunga ibu Ida adalah seorang guru Tk, namun seiring dengan berkembangnya trend di masyarakat seperti memberikan hadiah saat wisuda

ataupun hari spesial berupa buket bunga, ibu Ida berinisiatif membuka toko ini. Dalam perkembangannya toko ini sudah berdiri 2 tahun sejak tahun 2022.

Berikut daftar harga buket bunga damar craft art.

Tabel Jenis Dan Harga Buket

Jenis Buket	Harga
Buket bunga	Mulai Rp 60.000- Dst
Buket snack	Mulai Rp. 50.000- Dst
Buket bunga + boneka	Mulai Rp. 85.000- Dst

2. Toko Kristian Florist

Trend yang berkembang dikalangan masyarakat dimanfaatkan oleh ibu Tiana. Awal mula ibu Tiana membuat buket bunga itu hanya sekedar hobi dan mengisi waktu luang. Setiap hari ibu Tiana membuat karangan buket kemudian iseng di upload di instagram dan whatsapp, ternyata banyak yang suka dan Tanya-tanya tentang buket buatannya.

Berikut daftar harga buket bunga Kristian Florist.

Tabel Jenis Dan Harga Buket

Jenis Buket	Harga
Buket bunga	Mulai Rp 50.000- Dst
Buket snack	Mulai Rp. 40.000- Dst
Buket bunga + boneka	Mulai Rp. 80.000- Dst

Berdasarkan data diatas bahwa setiap toko memiliki kelebihan dan strategi sendiri-sendiri, Namun berdasarkan hasil pengamatan serta wawancara dengan masing-masing owner. Saya memiliki perbandingan, toko damar craft art menjual buket bunganya sedikit mahal, karena bunga nya bukan buatan sendiri melainkan membeli. Sedangkan toko Kristian florist menjual buketnya sedikit murah karena bunganya buatan sendiri.

Berikut hasil penjelasan ibu Kristian:

“Untuk tetap bertahan dan berkembang dalam persaingan produk sejenis, saya menerapkan beberapa strategi yaitu menciptakan produk yang berbeda dari produk pesaing

dengan menawarkan desain buket yang berbeda dengan pesaing, kemudian menawarkan harga yang kompetitif, kemudian memberikan layanan yang baik kepada pelanggan dan saya terus berinovasi mengembangkan produk desain terbaru, kemudian membangun hubungan yang baik dengan pelanggan”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan Persaingan produk sejenis adalah tantangan yang tak terhindarkan dalam dunia bisnis. Dengan memahami jenis-jenis persaingan, faktor-faktor yang memengaruhi, dan menerapkan strategi yang tepat, perusahaan dapat tetap bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran Toko Kristian Florist

1. Segmentasi Pasar

a. Segmentasi pasar demografis toko kristian florist lebih kepada remaja, pelajar atau mahasiswa yang memberi buket bunga sebagai hadiah ulang tahun, hadiah wisuda, dan lain-lain. Selain model pemasaran online yang familiar dengan remaja, yaitu model yang variatif dengan harga murah.

b. Segmentasi pasar geografis toko kristian florist memilih lokasi yang banyak sekolah dan kampus sehingga akan mudah menarik calon konsumen karena lokasi tersebut berdekatan.

2. Bauran Pemasaran 4P

Perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran untuk memperluas pemasarannya agar dapat menjangkau target pasar. Dalam metodologi pemasaran, ada beberapa sudut pandang yang harus dipikirkan, misalnya Item, Value, Spot, dan Promotion, berikut penjelasan dari Ibu Kristian, khususnya, "Setiap daerah pasti memiliki banyak penjual produk ini." Jadi bisnis ini memiliki banyak pesaing sehingga kita perlu memasarkan produk dengan sistem kita sendiri, misalnya, produk yang kita jual, harga yang kita tetapkan, spot yang perlu kita tentukan, dan promosi dengan memanfaatkan virtual entertainment yang tentunya harus sesuai dengan bisnis kita".

1. Produk (Product)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat umum untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan tertentu. Bisnis karangan bunga mawar ini sangat memperhatikan kualitas barangnya, mulai dari kualitas barang, logo, dan layanan. Hal ini penting bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan teknik promosi untuk menarik minat pembeli. Buket bunga dibuat sendiri oleh Ibu Tiana. Saat ini toko kristian florist sudah memiliki beberapa varian buket yang terdiri dari buket bunga, buket snack, dan buket all varian. Dan semua produk yang dibuat oleh ibu Tiana dengan bahan pilihan bahan yang tidak mudah rusak.

2. Harga (Price)

Price atau harga merupakan jumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang dan jasa yang ditawarkan. Adapun toko kristian menentukan harga berdasarkan besarnya biaya

bahan baku dan sulitnya proses pembuatannya. Berikut buket bunga yang dijual oleh Ibu kristian itu isinya sesuai request konsumen. untuk harga sebagai berikut:

Tabel Jenis Dan Harga Buket

Jenis Buket	Harga
Buket bunga	Mulai Rp 50.000- Dst
Buket snack	Mulai Rp. 40.000- Dst
Buket bunga + boneka	Mulai Rp. 80.000- Dst

Mengingat konsekuensi dari penjelasan di atas, tentu saja dalam menentukan biaya, biaya tersebut harus disesuaikan dengan sifat barang yang diberikan, sama halnya dengan usaha toko bunga kristiani ini, dimana usaha ini memiliki biaya tersendiri dengan sifat barang yang diberikan kepada pembeli. Dengan menyediakan karangan bunga yang berkualitas tinggi kepada pelanggan, harga karangan bunga tersebut dapat bersaing dengan harga pasaran.

3. Tempat (Place)

Lokasi atau place merupakan tempat terjadinya kegiatan operasi pada suatu perusahaan. Strategi yang dilakukan owner buket bunga kristian florist yaitu memilih tempat strategis yang mudah dijangkau Masyarakat khususnya kalangan mahasiswa. Menurutnya, teknik ini sangat ampuh untuk mendatangkan pembeli, dan sangat mudah bagi pembeli untuk melacaknya. Adapun tempat produksi buket bunga ini terletak di pinggir jalan dekat dengan sekolahan Dusun Tegalyasan Desa TegalArum Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

4. Promosi (Promotion)

Promosi atau Promotion adalah tindakan promosi yang sering digunakan oleh organisasi untuk menarik minat pembeli pada barang yang dipamerkan. Metodologi Pengembangan yang dilakukan oleh Ibu Kristian biasanya mencari tahu tentang acara mendatang seperti wisuda melalui informasi dari mulut ke mulut dan percakapan langsung dengan pelanggan. Hasilnya, ia membuka toko.

Kendala yang dihadapi dan Solusi yang diterapkan toko Kristiani Florist

1. Ketersediaan Bahan Baku

Salah satu masalah utama dalam pembuatan bucket adalah ketersediaan bahan baku yang diperlukan. Bahan baku seperti keranjang, bunga, snack, atau uang mungkin tidak selalu tersedia dengan mudah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara apabila berbelanja bahan, owner selalu membeli bahan buket dalam jumlah yang banyak karena untuk mengantisipasi kurangnya ketersediaan bahan.

2. Kualitas Bahan Baku

Masalah lain yang sering muncul adalah kualitas bahan baku yang tidak sesuai standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas akhir dari bucket yang dibuat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist

menerapkan solusi dengan cara memilih bahan-bahan pembuatan bunga dengan kualitas terbaik mulai dari kain flannel sampai dengan kertas buketnya.

3. Kesulitan dalam proses pembuatan

Proses pembuatan bucket juga dapat menghadapi kendala seperti kesulitan dalam merangkai bahan-bahan secara estetik atau kesulitan dalam mengatur ukuran atau jumlah bahan yang tepat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara mencari pengetahuan mengenai pembuatan buket lebih banyak lagi di media sosial maupun mengikuti seminar-seminar yang berkaitan dengan pembuatan buket. Sehingga pengetahuan owner dalam pembuatan bunga bisa lebih inovatif dan bervariasi.

4. Pengiriman dan distribusi

Setelah bucket selesai dibuat, masalah yang sering muncul adalah dalam proses pengiriman dan distribusi. Masalah seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan atau hilangnya barang selama proses pengiriman bisa menghambat kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara melakukan pengemasan produk setebal mungkin menggunakan kardus dan bubble wrap sehingga meminimalisir kerusakan bunga dan menggunakan jasa pengiriman yang terpercaya dan estimasi pengirimannya cepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti kepada Toko Kristian Florist melalui wawancara tentang "strategi pemasaran UMKM pada produk buket bunga". Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran

Toko kristian florist pembagian pasar yang lengkap dan promosi prosedur periklanan campuran untuk mengatur ulang dan mempercepat latihan pemasaran karangan bunga mawar dalam menghadapi persaingan dengan barang sejenis. Yang pertama kali dilakukan ibu kristian dalam bisnis ini yaitu pengenalan produk pada konsumen dimulai dari memahami keinginan konsumen kemudian mengembangkan produk sesuai trend sekarang. Dalam menghadapi persaingan produk sejenis ibu kristian menerapkan beberapa strategi seperti menciptakan produk dengan desain yang berbeda kemudian menawarkan harga yang kompetitif dan memberikan layanan yang terbaik. Sebelum menerapkan strategi pemasaran penjualan yang didapat Toko Kristian Florist hanya sekitar Rp. 1.500.000 Perbulan. Namun setelah menerapkan strategi pemasaran dan ibu Tiana berinovasi dan berkreativitas sesuai trend yang berkembang pendapatan Toko Florist sekitar Rp 4.000.000 perbulan.

2. Hambatan

Dalam pembuatan bucket, terdapat beberapa kendala atau hambatan yang mungkin terjadi selama proses penyiapan bahan dan pengiriman produk. Beberapa masalah yang mungkin timbul antara lain:

a. Ketersediaan Bahan Baku

Salah satu masalah utama dalam pembuatan bucket adalah ketersediaan bahan baku yang diperlukan. Bahan baku seperti keranjang, bunga, snack, atau uang mungkin tidak selalu tersedia dengan mudah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara apabila berbelanja bahan, owner selalu membeli bahan buket dalam jumlah yang banyak karena untuk mengantisipasi kurangnya ketersediaan bahan.

b. Kualitas Bahan Baku

Masalah lain yang sering muncul adalah kualitas bahan baku yang tidak sesuai standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas akhir dari bucket yang dibuat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara memilih bahan-bahan pembuatan bunga dengan kualitas terbaik mulai dari kain flannel sampai dengan kertas buketnya.

c. Kesulitan dalam proses pembuatan

Proses pembuatan bucket juga dapat menghadapi kendala seperti kesulitan dalam merangkai bahan-bahan secara estetik atau kesulitan dalam mengatur ukuran atau jumlah bahan yang tepat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara mencari pengetahuan mengenai pembuatan buket lebih banyak lagi di media sosial maupun mengikuti seminar-seminar yang berkaitan dengan pembuatan buket. Sehingga pengetahuan owner dalam pembuatan bunga bisa lebih inovatif dan bervariasi.

d. Pengiriman dan distribusi

Setelah bucket selesai dibuat, masalah yang sering muncul adalah dalam proses pengiriman dan distribusi. Masalah seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan atau hilangnya barang selama proses pengiriman bisa menghambat kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut owner buket bunga kristian florist menerapkan solusi dengan cara melakukan pengemasan produk setebal mungkin menggunakan kardus dan bubble wrap sehingga meminimalisir kerusakan bunga dan menggunakan jasa pengiriman yang terpercaya dan estimasi pengirimannya cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuning Wulan, D. F. (2022). *“Praktik Bisnis Bucket Uang Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Shefa Bouquet. Id) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).*
- Budiman,D.(2023) *“Strategi Pemasaran Dalam Keberhasilan Peningkatan Penjualan Di Toko Corner Sport Pemalang.”* (Skripsi Sarjana, Universitas Semarang).
- Farahdinna,P,N (2022). *“Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam ”.* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Fawzi,M,G. dkk 2021. *“Strategi Pemasaran Konsep,Teori, dan Implementasi”.* (Tanggerang Selatan: Pascal Books).
- Ilham Fikriansyah. (2022,21 Juli). Apa itu UMKM ? Kenali ciri, keunggulan dan contohnya.<https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6190422/apa-itu-umkm-kenali-ciri-keunggulan-dan-contohnya>.Sistem diakses pada tanggal 06 November 2023 pukul 23:00 WIB.
- Ladiku,T,A. (2021). *” Strategi Pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha kecil menengah (UKM) ”.* (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri).
- Mutiara,Raina, M. (2022) *“Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemic Covid-19 Dikota Banda Aceh”.* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)
- Nirmasari,D 2019. *“Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan”.* (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Makassar).
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sekretariat Negara Jakarta. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm> system diakses pada tanggal 06 November 2023 pukul 21:15 WIB.
- Saefullah,E. dkk 2022 *”Manajemen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) ”.* Jawa Tengah : CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Sugiono. 2014 *“Metode penelitian kauntitatif kualitatif dab R&D ”* Bandung : Cv.Afabeta.
- Sugiyono. 2010. *“Memahami Penelitian Kualitatif”.* Bandung:Cv. Alfabeta.

- Sugiyono. 2019. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Cv.Afabeta.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Prab* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wijaya, M. H. (2013). *Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4).