

Iluna Florist: Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan

***Buket Dried Flower* (Aspek Pemasaran)**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

Amanah Al'Faturahmah

19423018

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Amanah Al-Faturrahmah
NIM : 19423018
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul tugas akhir : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS JASA
PEMBUATAN BUKET *DRIED FLOWER* (ASPEK
PEMASARAN)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir penelitian ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir penelitian ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 09 September 2023


4A1A0AKX547461398
Amanah Al-Faturrahmah

NOTA DINAS

Yogyakarta, 15 Juni 2023

26 Dzulqa'dah 1444 H

Hal : Tugas Akhir
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama
Islam Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Asalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 934/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2023 tanggal 15 Juni 2023 M, 26 Dzulqa'dah 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing tugas akhir saudara :

Nama : Amanah Al'Faturahmah
Nomor Induk Mahasiswa : 19423018
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/ Program Studi : Studi Islam/Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket
Dried Flower (Aspek Pemasaran)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa tugas akhir saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing,



Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing Tugas Akhir.

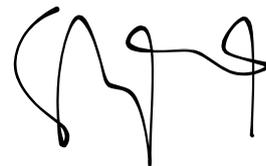
Nama : Amanah Al'Faturahmah

NIM : 19423018

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket
Dried Flower (Aspek Pemasaran)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah tugas akhir pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2023



Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Oktober 2023
Judul Tugas Akhir : Iluna Florist: Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower (Aspek Pemasaran)
Disusun oleh : AMANAH AL'FATURAHMAH
Nomor Mahasiswa : 19423018

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Penguji I : Rheyza Virgiawan, Lc., ME
Penguji II : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA
Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

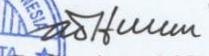


(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 3 Oktober 2023

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam atas Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada:

Ibunda penulis, Rohmawati, S.Pd. dan Ayahanda penulis, Mastur. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk penulis, atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, atas semua motivasi yang penuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu tulus, atas segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan serta atas pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya. Terimakasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yaitu Aqida Shohiha, SEI., yang sudah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulis bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua. Terimakasih kepada sahabat - sahabat penulis, tim support dan teman kelompok yaitu Naili Faiqah dan Fitria Ulil Albab yang selama ini telah berjuang bersama - sama sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Terimakasih untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi orang - orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis..

MOTTO

“ Hai orang- orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih ? “

(QS. As-Saff : 10)

ABSTRAK
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS JASA PEMBUATAN BUKET
DRIED FLOWER

AMANAH AL-FATURRAHMAH

19423018

Saat ini, jasa pembuatan buket bunga menjadi produk yang potensial dalam dunia bisnis. Adanya peningkatan pada minat masyarakat terhadap bisnis buket bunga, menjadi faktor berkembangnya berbagai ide serta inovasi yang dihasilkan guna memenuhi kebutuhan konsumen terhadap jasa pembuatan buket bunga. Mengacu pada hasil survei dan observasi yang telah dilakukan terhadap bisnis camilan, penulis dan tim memilih untuk mengembangkan bisnis Iluna Florist. Beberapa produk yang sudah dijual di Indonesia memiliki beragam produk yang bervariasi namun memerlukan perbaikan dari segi pengembangan, yaitu pada inovasi produk. Pada perintisan Bisnis kali ini, penulis dan kelompok melakukan Perintisan Bisnis yang berjudul *Dried Flower*; Pengembangan bisnis jasa pembuatan buket *Dried Flower*. Perintisan bisnis dilaksanakan pada Bulan Februari 2022 sampai dengan Oktober 2022. Penjualan dilakukan melalui sosial media Instagram, dan Whatsapp, pengantaran secara langsung, dan *Cash On Delivery*. Pada laporan ini penulis melaporkan aspek pemasaran dari bisnis Iluna Florist, yaitu *Research Marketing*, membuat rancangan, melaksanakan program strategi aspek pemasaran, membuat konten atau. Pada analisis sebelum pelaksanaan, bisnis Iluna Florist dinyatakan layak untuk dijalankan. Pada analisis terakhir yang dilakukan, program kerja bidang pemasaran telah terlaksana dengan baik ditunjukkan dengan terciptanya brand awareness dan pasar potensial terhadap merek dan produk bisnis Iluna Florist, namun masih perlu adanya optimalisasi pada penentuan strategi kinerja aspek pemasaran dan sinkronisasi dengan kondisi produksi dan keuangan pada perintisan bisnis.

Kata Kunci: Perintisan bisnis; jasa pembuatan buket *dried flower*; pengembangan bisnis; pemasaran

ABSTRACT

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR DRIED FLOWER BUKET MANUFACTURING SERVICES

AMANAH AL-FATURRAHMAH

19423018

Currently, flower bouquet making services are a potential product in the business world. There is an increase in public interest in the flower bouquet business, a factor in the development of various ideas and innovations produced to meet consumer needs for flower bouquet making services. Referring to the results of surveys and observations that have been made on the snack business, the authors and team chose to develop the Iluna Florist business. Several products that have been sold in Indonesia have a variety of products that vary but require improvement in terms of development, namely in product innovation. At this time's Business Initiation, the author and the group conducted a Business Initiation entitled Dried Flower; Development of a service business for making bouquets of dried flowers. Business pioneering will be carried out from February 2022 to October 2022. Sales are carried out via social media Instagram and Whatsapp, direct delivery, and Cash On Delivery. In this report the authors report on the marketing aspects of Iluna Florist's business, namely Research Marketing, making designs, implementing marketing aspects of strategic programs, creating content or. In the analysis prior to implementation, Iluna Florist's business was declared feasible to run. In the last analysis carried out, the work program in the marketing sector has been implemented well as indicated by the creation of brand awareness and potential markets for Iluna Florist's brands and business products, but there is still a need for optimization in determining the marketing aspect performance strategy and synchronizing it with production and financial conditions in pioneering business.

Keywords: *business start-up; dried flower bouquet making services; business development; marketing*

TRANSLITERASI ARAB – LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...إ...ي...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

DAFTAR ISI

NOTA DINAS.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN.....	x
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Capaian Target.....	12
3. SISTEMATIKA PENULISAN.....	15
BAB II.....	17
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	17
A. PROFIL BISNIS.....	17
B. PELAKSANAAN BISNIS.....	21
1. Research Marketing.....	22
2. Membuat Rancangan Iluna Florist.....	25
a. Membuat Deskripsi Usaha.....	26
3. Melaksanakan Program Strategi Aspek Pemasaram.....	27
4. Membuat Konten Atau Posting.....	34
5. Melakukan Evaluasi.....	37
BAB III.....	41
IDENTIFIKASI KENDALA PADA PROSES PEMASARAN.....	41
A. Identifikasi Masalah Dan Pemecahan Masalah.....	41
BAB IV.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Observasi dan Analisis Kompetitif Toko Buketnyawates.....	7
Tabel 1.2 Hasil Observasi dan Analisis Kompetitif Toko Pictatio	9
Tabel 1.3 Hasil Observasi dan Analisis Kompetitif Toko Eliza Bouquet	12
Tabel 1.4 Rencana Kegiatan Tim Iluna Florist.....	14
Tabel 1.5 Rumusan Program Pemasaran.....	16
Tabel 1.6 Jadwal Kegiatan Bisnis	19
Tabel 1.7 Segmentasi Pasar Per Produk.....	24
Tabel 1.8 Program Rencana Aktivitas Pertama	26
Tabel 1.9 Program Rencana Aktivitas Kedua	29
Tabel 1.10 Program Rencana Aktivitas Ketiga	33
Tabel 1.11 Program Rencana Aktivitas Keempat.....	35
Tabel 1.12 Program Rencana Aktivitas Kelima.....	37
Tabel 3.1 Tabel Produk Dan Target Pasar.....	41
Tabel 4.1 Program Kerja Pertama Iluna Florist.....	45
Tabel 4.2 Program Kerja Kedua Iluna Florist.....	46
Tabel 4.3 Program Kerja Ketiga Iluna Florist.....	46
Tabel 4.4 Program Kerja Keempat Iluna Florist.....	47
Tabel 4.5 Program Kerja Kelima Iluna Florist.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Profil Bisnis Iluna Florist.....	17
Gambar 2. 2 Akun Sosial Media Tiktok Iluna Florist (capture 2 juli 2023)	18
Gambar 2. 3 Akun Sosial Media Instagram Iluna Florist (capture 2 juli 2023).	19
Gambar 2. 4 Capture Hasil Polling Question Instagram Iluna Florist.....	24
Gambar 2. 5 Contoh Content Social Media Iluna Florist	29
Gambar 2. 6 Capture Profil Instagram Iluna Florist	31
Gambar 2. 7 Instagram ads Iluna Florist.....	32
Gambar 2. 8 Diagram target konsumen Iluna Florist.....	34
Gambar 2. 9 Schedule Planning Content Iluna Florist.....	36
Gambar 2. 10 Contoh Content Social Media Iluna Florist.....	37
Gambar 2. 11 Grafik Penjualan Buket Dried Flower Periode Mei-Juli 2023 ..	39
Gambar 3. 12 Grafik Penjualan Buket Dried Flower Iluna Florist.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Saat ini Usaha buket bunga adalah salah satu industri kecil menengah yang saat ini sedang booming. Usaha buket bunga merupakan istilah yang biasa digunakan untuk menggambarkan perdagangan bunga profesional. Hal ini meliputi perawatan bunga dan penanganan, desain bunga atau merangkai bunga, pemesanan serta melayani pengiriman bunga. Dalam usaha buket bunga tidak hanya berupa produk bunga namun juga menyediakan jasa pelayanan dalam perbungaan dan gift. Iluna Florist merupakan satu di antara macam usaha kecil yang ada di daerah Kulon Progo. Bisnis buket sudah berjalan selama beberapa tahun terakhir, yang di dirikan oleh seorang wirausaha muda yang bernama Naili Faiqoh. Berdirinya tokoh ini berawal dari usaha rumahan yang bermula untuk memberikan solusi dari kebutuhan masyarakat dalam membeli barang sebagai bentuk ucapan terimakasih ataupun apresiasi. Iluna Florist menyediakan jasa merangkai buket dari bunga fresh yang kemudian menginovasi membuat satu produk dengan memanfaatkan bunga fresh yang tidak lolos quality control untuk dijadikan sebagai *Dried Flower*. sehingga diharapkan kegiatan produksi pada bisnis florist dapat mengalami perkembangan dan peningkatan dalam inovasi produk.

Dried flower merupakan kegiatan pengeringan bunga untuk menghilangkan kelembaban yang ada di dalamnya dengan hasil akhir berupa bunga kering yang dapat dinikmati keindahannya dalam waktu yang lama. Pengeringan umumnya dilakukan di bawah panas yang diproduksi secara artifisial dengan suhu, kelembaban, dan aliran udara yang terkontrol (Adiandari et al., 2022). Menyatakan pengeringan dan pengawetan dapat dilakukan dengan metode alami maupun kimiawi. Pengeringan dan pengawetan dapat dilakukan dengan cara: Pengeringan dengan Udara (Air Drying), Pengeringan dengan Sinar Matahari (Sun Drying), Pengeringan dengan Mesin Press (Pres Drying), Pengeringan dengan Oven (Oven

Drying), Pengeringandengan cara Dibekukan (Freeze Drying), Pengeringan dan pengawetan dengan borax, Pengeringan dan pengawetan dengangliserin, Membuat daun berkerangka (Skeletonizing). Salah satu trend bisnis yang berkembang khususnya anak muda pada saat ini adalah buket bunga. Biasanya buket bunga diberikan secara khusus untuk orang-orang yang disayangi atau keluarga pada hari istimewa, seperti perayaan ulang tahun, acara wisuda, lamaran, menikah dan lainnya. Bisnis ini merupakan bisnis yang menuangkankreativitas melalui buket bunga yang bervariasi dengan bermacam- macam isi, menyatukan bunga dengan benda yang dibutuhkan oleh seseorang yang akan diberikan buket bunga tersebut menjadikan sesuatu hal yang sangat menarik dan berbeda dimasa sekarang ini (Walter Tabelessy, 2021).

Untuk menjual produk rangkaian bunga dan gift, Tim Ilunamelihat bagaimana peluang pemasaran produk ini sehingga kita dapat menentukan calon konsumen yang cocok yaitu mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Untuk memilih bahan baku yang bagus dan sesuai dengan anggaran kita melihat dari berbagai *Marketplace seperti* shopee, tokopedia, tiktok shop dan facebook untuk memilih bahan baku dengan kualitas yang bagus, sedangkan untuk bunga kita membeli dari petani bunga lokal yang kita *survei* berdasarkan lokasi penghasil bunga lokal terdekat dari kota Yogyakarta sehingga nantinya ongkos untuk pengiriman bunga dapat sesuai dengan dana yang dimiliki.

Potensi pesaing usaha *florist* di Yogyakarta berpusat di Kota Baru sebagai lokasi toko florist terbanyak berdasarkan data pencariandari *Google Maps* yaitu terdapat kurang lebih 20 toko buket bunga yang telah terdaftar di *Google Maps*. Sehingga calon konsumen sudahmengetahui lokasi pasar bunga Yogyakarta. Untuk *florist* di Kulon Progo khususnya daerah Wates berdasarkan dari data pencarian *Google Maps* belum terdapat banyak *florist* yang menjual rangkaianbunga dengan berbagai variasi. Dalam pencarian di *Google Maps* terdapat 10 toko buket bunga yang telah terdaftar di *Google Maps*, salah satunya adalah toko buket Iluna Florist.

Pemasaran memiliki sebuah komunitas yang didalamnya terdapat bauran pemasaran, dari beberapa tahapannya salah satunya ialah promosi. Pemasaran

melalui media sosial adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung untuk membangun kesadaran, dan tindakan untuk sesuatu merek, bisnis, orang, atau badan lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat dari web sosial, seperti jejaring sosial, blogging, dan konten (Kurniawati & Arifin, n.d.) Media yang digunakan oleh pengusaha dalam melakukan sebuah promosi adalah melalui media sosial tepatnya melalui social networking (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Social networking ialah salah satu sarana yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan interaksi yang mana interaksi tersebut merupakan salah satu efek yang dihasilkan di dunia virtual.

Menurut Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Buket Bunga Princess Florist Pada Sosial Media Instagram Dalam Mempertahankan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UD. Princess Florist), “Interaksi sosial yang mencakup latihan signifikan yang memberdayakan orang untuk mendapatkan apa yang mereka minta dan butuhkan melalui perdagangan dengan orang lain dan untuk membina hubungan perdagangan”. Menjelaskan bahwa periklanan adalah interaksi berusaha untuk melaksanakan rencana penting yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui perdagangan dengan pertemuan berbeda.

Konsep pemasaran didominasi oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau marketing mix adalah konsep pemasaran dengan konsumen oriented yang menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, digunakan oleh pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran atau target pasar yang dituju. Seiring berjalannya waktu, terjadi transformasi yang signifikan dalam konsep marketing mix. McCarthy kemudian merekonstruksi konsep marketing mix dengan empat elemen yang dikenal dengan The Four Ps: Product, Price, Place, Promotion. Beberapa tahun kemudian Philip Kotler menambahkan dua elemen pemasaran lain, yaitu Public Relations and Political Power. Bahkan Magrath menambahkan tiga elemen lainnya yaitu *Personnel, Physical Facilities and Process Management*.

Kajian tentang pemasaran pun tak luput dari pembahasan ekonomi Islam. Dari sekian banyak konsep pemasaran Islam yang ditawarkan, ada titik kesepakatan dan

titik perbedaan di antara mereka. Titik temu yang dapat disepakati oleh para sarjana muslim dalam mengkaji pemasaran Islam adalah bahwa kajian ini dimulai dari filsafat ekonomi Islam, bersumber dari al-Qur'an dan hadis, serta prinsip-prinsip umum seperti haramnya riba, judi, penipuan, dan lain sebagainya. Sedangkan perbedaan tampak pada teori dan konsep pemasaran Islam yang dibangun dengan berbagai metodologi dan pendekatan masing-masing. Naveed Ahmad menyatakan pemasaran Islam pada dasarnya juga mengadopsi konsep pemasaran modern. Secara konsep, hampir tidak ada perbedaan antara konsep pemasaran modern dengan konsep pemasaran Islam. Hanya saja, pemasaran Islam lebih menitikberatkan pada nilai-nilai dan norma dari serangkaian aktivitas pemasaran. Ia mendefinisikan pemasaran Islam sebagai suatu kepercayaan (*belief*) dari maksimalisasi nilai yang dibangun di atas keadilan dan integritas untuk kesejahteraan umat manusia.

Masalah yang dihadapi oleh setiap florist adalah bagaimana cara menghabiskan stock bunga fresh sebelum masa hidup bunga tersebut habis, ketika bunga mulai layu maka nilai jual berkurang dan bunga tidak lagi terlihat indah untuk dipakai dalam sebuah rangkaian buket. Sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak kerugian yang cukup terbilang besar untuk usaha florist, Karena itu setiap florist harus memiliki ide dan pengembangan agar dapat memanfaatkan bunga semaksimal mungkin yaitu salah satunya dengan pembuatan *dried flower*.

Keunggulan dari produk jasa *florist* yang kami berikan adalah *konsumen* dapat membeli produk dan jasa sesuai dengan *budget* yang mereka miliki, produk bunga yang kita rangkai menggunakan teknik spiral sehingga meminimalisir penggunaan bahan baku yang tidak ramah lingkungan.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) telah melakukan penelitian di 18 kota utama Indonesia. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa sebanyak 270.000 hingga 590.000 ton sampah masuk ke laut Indonesia selama 2018. Dari jumlah sampah tersebut, didominasi oleh *styrofoam* hal ini juga dapat meminimalkan anggaran sehingga produk yang di jual akan dapat bersaing harga. Bunga yang dipakai berasal dari petani lokal sehingga memberikan support kepada sesama

UMKM, rangkaian buket yang dipakai menggunakan model *wrapping* yang sedang *trend*.

Sebelum melanjutkan ke tahap pengembangan bisnis, penulis sudah melakukan observasi secara langsung melalui sosial media terhadap masyarakat sekitar yang memiliki keresahan untuk mendapatkan buket yang sesuai dengan budget dan keinginannya, sehingga mereka bisa mendapatkan produk yang sesuai keinginan dengan model yang tidak monoton dan tertinggal. Selain itu, penulis juga melakukan observasi terhadap tingkat penjualan produk buket bunga melalui sosial media yaitu Instagram. Pada observasi tersebut kami memilih 3 toko secara acak, berikut hasil observasi dan analisis kompetitif:

1) Toko Buketnya Wates

Jl. Bhayangkara Terbah, Wates, Kulon Progo

Tabel 1. 1 Hasil Observasi Dan Analisis Kompetitif Toko Buketnya wates

Brand	ILUNA FLORIST	BUKETNYA WATES
Layanan	Jasa	Jasa
Produk	Buket Bunga	Buket Bunga
Konsumen Target	Mahasiswa yang akan wisuda, seseorang yang Akan Menikah/Tunangan, Remaja SMP-SMA, Event Organizer dan Kantor / Event Kantor.	Mahasiswa yang akan wisuda, Menikah/Tunangan, untuk seserahan, ulang tahun.
Tipe Kompetitor	Pesaing Langsung	Pesaing Langsung
Diferentiator (Pembeda antara	Buket dapat menyesuaikan dengan budget pembeli,	Packing menggunakan plastik biasa, tidak

Brand	ILUNA FLORIST	BUKETNYA WATES
Iluna dengan Kompetitor)	terdapat bermacam-macam produk buket bunga, Rangkaian buket bunga menggunakan Teknik spiral sehingga meminimalisir penggunaan bahan baku yang tidak ramah lingkungan dan dapat meminimalkan anggaran, bunga berasal dari petani lokal, Pembayaran menggunakan Q-RIS.	melayani order buket fresh flower sameday, variasi wrapping buket yang sedikit, teknikrangkai buket menggunakan floral foam tidak dengan spiral sehingga memerlukan budget tambahan dibanding teknik spiral, belum menerima pembayaran melalui Q- RIS
Strategi Marketing (Iluna dengan Kompitor)	Social Media, Marketplace, Forum Jual Beli, Email Marketing, google maps	Social Media
Kekuatan (Iluna Florist dengan Kompetitor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk buket dan bunga bervariasi. 2. Letak toko Strategis di tengah kota 3. Terdapat garansi produk. 4. Produk mengikuti keinginan pembeli. 5. Sudah memiliki banyak pelanggan tetap 6. Harga Terjangkau. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki desain toko 2. Jam buka tetap 3. Produk bunga bervariasi 4. Harga mengikuti list daftarharga 5. Memiliki produk buket ready stock 6. Lokasi strategis dekat areapolsek Kulonprogo

Brand	ILUNA FLORIST	BUKETNYA WATES
	7. Sudah memiliki nama dan diketahui banyak orang. 8. Memberikan loyalty card untuk pelanggan.	
Kelemahan (Iluna dengan Kompitor)	1. Menggunakan bunga asli, sehingga membutuhkan perawatan khusus. 2. Bunga jenis tertentu membutuhkan perawatan khusus. 3. Beberapa bunga tidak lolos quality control sehingga tidak bisa di jual 4. Pengiriman produk dalam jumlah besar harus memperhatikan pengemasan yang baik.	Pembayaran belum dapat menggunakan Q-RIS

2) Toko Pictatio

Serang, Sendangsari, Pengasih, Kulon Progo

Tabel 1. 2 Hasil Observasi Dan Analisis Kompetitif Toko Pictatio

Brand	ILUNA FLORIST	PICTATIO
Layanan	Jasa	Jasa
Produk	Buket Bunga	Buket Bunga
Konsumen Target	Mahasiswa yang akan wisuda, seseorang yang Akan Menikah/Tunangan, Remaja SMP-SMA, Event Organizer dan Kantor / Event Kantor.	Mahasiswa yang wisuda, menikah/tunangan, seserahan,hampers
Diferentiator		Store yang berlokasi di dalam desa sehingga tidak menjangkau masyarakat luas, tidak menyediakan pelayanan order buket fresh flower sameday, bentuk wrapping yang monoton, belum menerima pembayaran melalui Q-RIS

Brand	ILUNA FLORIST	PICTATIO
Strategi Marketing	Social Media, Marketplace, Forum Jual Beli, Email Marketing, google maps	Social media, offline store
Tipe Kompetitor	Pesaing Langsung	Pesaing Langsung
Strategi Marketing	Social Media, Marketplace, Forum Jual Beli, Email Marketing, google maps	Social media, offline store
Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk buket dan bunga bervariasi 2. Melayani pelayanan same day 3. Terdapat garansi produk 4. produk bisa sesuai request konsumen 5. Memiliki pelanggan tetap 6. Harga terjangkau 7. Memiliki loyalty card bagi pelanggan lama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki desain toko yang unik 2. Aktif berjualan di sosial media 3. Memiliki konten instgram yang menarik 4. Memiliki produk dengandesain menarik
Kelemahan	1. Menggunakan bunga asli, sehingga	1. Pembayaran belum

Brand	ILUNA FLORIST	PICTATIO
	<p>membutuhkan perawatan khusus.</p> <p>2. Bunga beberapa jenis tertentu membutuhkan perawatan khusus.</p> <p>3. Beberapa bunga terdapat yang tidak lolos quality control sehingga tidak bisa dijual atau diproduksi</p> <p>4. Pengiriman produk dalam jumlah besar harus memperhatikan pengemasan yang baik.</p>	<p>dapat menggunakan Q-RIS</p> <p>2. Lokasi toko kurang strategis</p> <p>3. Produk buket yang kurang bervariasi</p>

3) Toko Eliza Bouquet

Jl. Brosot Nagung, Sigran, Tirtorahayu, Galur, Kulon Progo

Tabel 1. 3 Hasil Observasi Dan Analisis Kompetitif Toko Eliza Bouquet

Brand	ILUNA FLORIST	ELIZA BOUQUET
Layanan	Jasa	Jasa
Produk	Buket Bunga	Buket Bunga
Konsumen Target	Mahasiswa yang akan wisuda, seseorang yang Akan Menikah/Tunangan,	Birthday, wisuda, orang yang akan menikah/wedding

	Remaja SMP-SMA, Event Organizer dan Kantor / Event Kantor.	
Tipe Kompetitor	Pesaing Langsung	Pesaing Langsung
Strategi Marketing	Social Media, Marketplace, Forum Jual Beli, Email Marketing, google maps	Sosial media, offline store

2. Capaian Target

Lingkup kegiatan perintisan bisnis ini dijadikan sasaran adalah pengembangan bisnis jasa pembuatan buket *Dried Flower* (Iluna Florist). Adapun capaian target dengan rumusan program individu dan Bersama dalam perintisan bisnis ini pada bidang pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Rencana Kegiatan Tim Iluna Florist

Tabel 1. 4 Rencana Kegiatan Tim Iluna Florist

No	Bidang	Kegiatan	Bulan		
			Maret	April	Mei
1	Produksi	Mencari Supplier Bahan Baku & Bunga	√		
		Menentukan Bahan Baku Yang Sesuai	√		
		Melakukan percobaan untuk produk dried flower	√		
		Membuat Sampling / Katalog		√	
		Quality Control		√	
		Pencatatan Stock		√	
		Melakukan penjualan			√
		Manajemen Penyimpanan Bahan Baku			√

No	Bidang	Kegiatan	Bulan		
			Maret	April	Mei
		Menentukan Jumlah Produksi			√
2	Pemasaran	Melakukan Analisis Dan Riset	√		
		Membuat Rancangan Iluna Florist	√		
		Melaksanakan Program Strategi Aspek Pemasaran		√	
		Membuat Konten Atau Posting		√	
		Melakukan Evaluasi			√
3	Keuangan	Pengumpulan Modal	√		
		Menyusun Strategi Keuangan	√		
		Melakukan Analisa Keuntungan BEP refer to SKB	√		
		Melakukan Perencanaan Keuangan		√	
		Menyusun Laporan Laba Rugi		√	
		Menyusun Laporan Keuangan		√	
		Melakukan Pencatatan Keuangan dan Mengelola Keuangan			√
		Menyusun Laporan Laba Rugi			√
		Melakukan Analisa Keuntungan BEP refer to SKB			√
		Melakukan Evaluasi			√

Peserta pada kegiatan perintisan bisnis yaitu Naili Faiqoh sebagai pemilik toko buket Iluna Florist yang bertanggung jawab dalam bagian produksi, Amanah Alfaturrohmah bertanggung jawab dalam bagian pemasaran, dan Fitria Ulil Albab bertanggung jawab dalam bagian keuangan.

2. Rumusan Program Pemasaran

Program	Aktivitas	Target	Indikator Ketercapaian
<i>Research Marketing</i>	Mengetahui apa yang diinginkan oleh permintaan pasar, menganalisis kelayakan pemasaran suatu produk bisnis yang dijalankan	10%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Didapatkan hasil cara meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan yang sudah ada 2. Mencari alternatif untuk menarik pelanggan baru
Membuat rancangan Iluna Florist	Membuat deskripsi usaha Menyusun strategi pemasaran	20%	Tersedia deskripsi usaha, didapatkan hasil rencana memasarkan produk, sekaligus mempromosikan produk bisnis
Melaksanakan program strategi aspek pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penyusunan cara mengatur strategi pemasaran 2. Melakukan iklan berbayar pada fb ads (Instagram) 	20%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rancangan strategi pemasaran yang tepat sasaran agar penjualan dapat memperoleh target dengan optimal 2. Memperkenalkan produk sesuai target konsumen

Program	Aktivitas	Target	Indikator Ketercapaian
Membuat konten atau posting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui target untuk para konsumen (anak-anak s/d dewasa) sesuai dengan sasaran objek 2. Membuat konsep sesuai dengan target pasaran dengan membuat konten yang menarik dalam promosi 3. Membuat konten planning: 4. Feeds 2 hari sekali 5. Sample new produk 	30%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui target pelanggan, target pemasaran dalam bisnis yang dijalankan 2. Tersedianya konten yang sesuai dengan target pasar 3. Konten social media terposting secara rutin
	<ol style="list-style-type: none"> 6. Story: Setiap hari (produk ready stock, review, content story) 7. Video Ig reels: 4 kali dalam satu bulan 8. Video Tiktok: 4 kali dalam satu bulan 		
Melakukan Evaluasi	Melakukan evaluasi terhadap tiap capaian target beserta aktivitasnya	20%	Tercapainya target rencana penjualan dan pelayanan yang baik
Total		100%	

Tabel 1. 5 Rumusan Program Pemasaran

3. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan digunakan sebagai pedoman dalam penyusunan tugas akhir ini. Sistematika penulisan sendiri terdiri dari langkah-langkah yang diawali pendahuluan dan diakhiri kesimpulan serta saran. Penjabaran lebih lengkap terkait sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

1. BAB I ANALISA SITUASI

Pada Bab I ini merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari analisis situasi, rumusan masalah, tujuan, sasaran perintisan bisnis dan metode perintisan bisnis. Pada bab ini menjelaskan terkait dengan kumpulan informasi yang menjelaskan bagaimana kebutuhan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan untuk memberikan hadiah sebagai ungkapan selamat. Pada bab ini juga dijelaskan terkait dengan keberadaan bentuk usaha yang sejenis di daerah tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab masalah yang ada sehingga nantinya akan ditemukan solusi dalam problem tersebut.

2. BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN

Pada Bab II, menjelaskan terkait laporan umum pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis, yaitu terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis. Pada bagian profil bisnis, menjelaskan mengenai profil bisnis secara keseluruhan, yang meliputi bidang bisnis, lokasi, dan perkembangan bisnis buket bunga Iluna Florist. Untuk bagian pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis, terdapat aspek-aspek yang beragam, yaitu produksi, marketing/pemasaran, dan keuangan.

3. BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

Pada Bab III, mengidentifikasi dan pemecahan masalah yang terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam menjalankan suatu bisnisnya. Kemudian pada bagian tinjauan teoritis berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang terjadi. Pada bagian pemecahan masalah menjelaskan tentang pendekatan apa yang digunakan

untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

4. BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab IV, berisi kesimpulan dan rekomendasi yang menjelaskan terkait pelaksanaan bisnis secara umum. Yaitu dalam aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana yang telah di jelaskan pada Bab III, dan terdapat saran yang ditujukan kepada calon ilmuan ekonomi islam yang akan menjalankan bisnis pada bidang yang sama. Kemudian pada bagian akhir, terdapat daftar Pustaka dan lampiran-lampiran yang menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. PROFIL BISNIS



Gambar 2. 1 Logo Profil Bisnis Iluna Florist

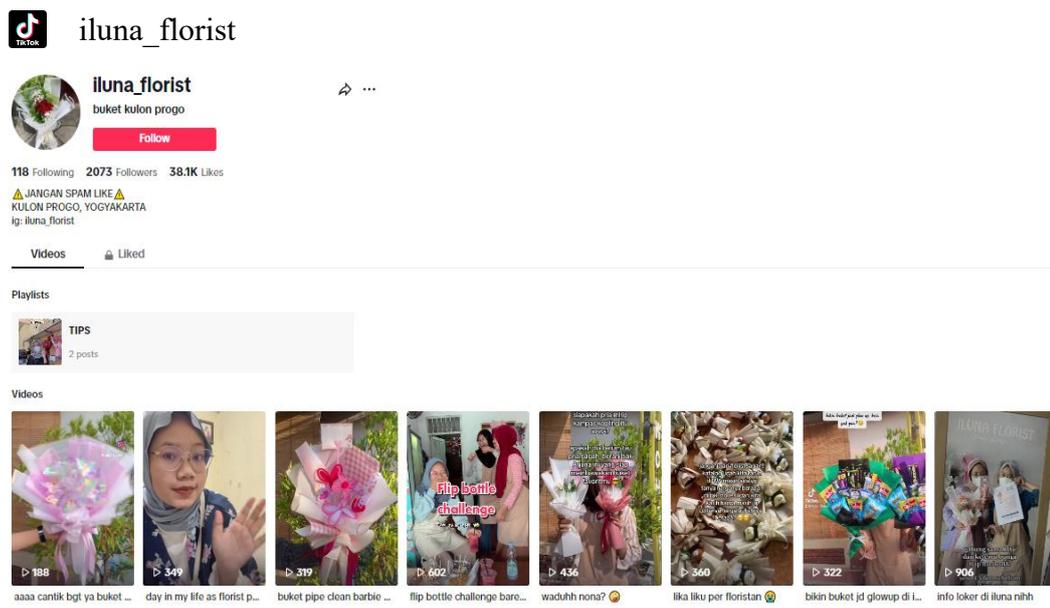
Iluna Florist merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa kreatif dalam pembuatan aneka bucket. Iluna Florist sendiri sudah menjalankan bisnisnya sejak tahun 2020 hingga tahun ini. Iluna Florist memiliki banyak produk aneka bucket yang di jual seperti produk bucket bunga, bucket boneka, bucket snack, bucket uang, bucket custom dan gift. Lokasi Iluna Florist berada di jl. Pahlawan no. 19 Wonosidi Kidul, Wates, Kulon Progo, dalam hal ini tim Iluna Florist ingin mengembangkan produk jasa bucket yang berfokus pada pengembangan bunga fresh menjadi dried flower (bunga kering). Produk yang dihasilkan memiliki spesifikasi bentuk bucket yang dibuat berbeda dengan produk bucket lain sehingga selalu ada kebaharuan dan keunikan dari setiap bucket yang dibuat.

Dalam pengembangan bisnis ini Iluna Florist memiliki tim yaitu Naili Faiqoh sebagai tim dalam bidang produksi, Amanah Alfaturahmah bidang Marketing, Fitria Ulil Albab dalam bidang keuangan. Dalam pengembangan bisnis ini bertujuan untuk memaksimalkan bunga fresh yang di jual sehingga ketika masa

hidup bunga tersebut habis tidak menjadikan bunga tersebut menjadi sampah dan terbuang.

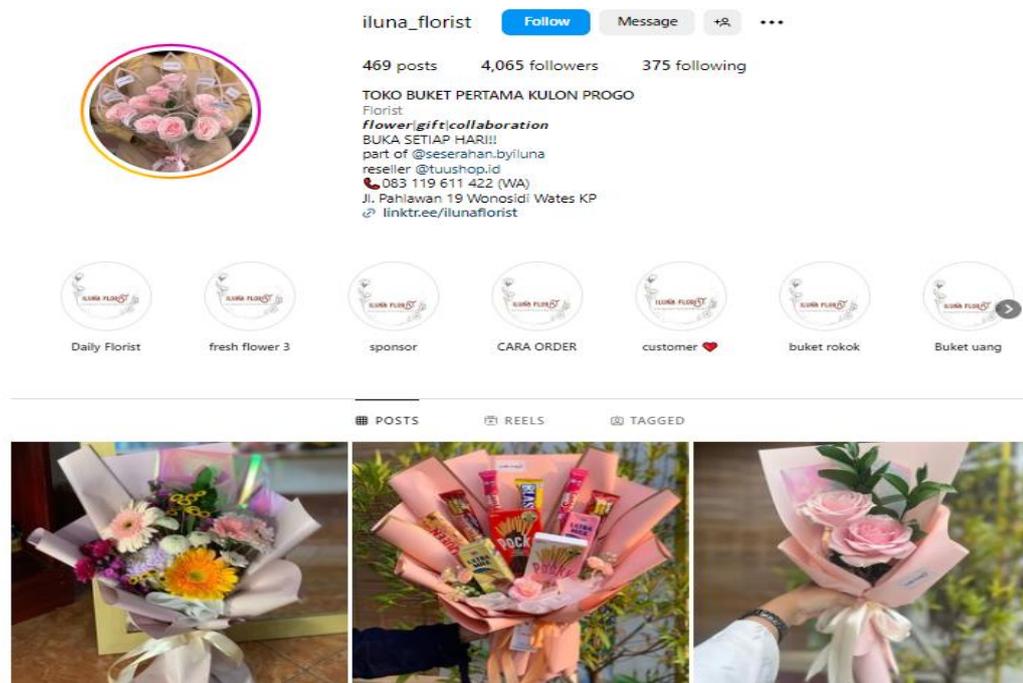
Karena di waktu toko dalam kondisi rame tim tidak kesulitan dalam menjual produk buket bunga dan produk yang lain karena selalu habis dalam waktu yang singkat, seperti pada musim wisuda tim telah mempersiapkan 100 produk sebelum masa wisuda tiba dan membuat ready stock produk 40 buket perhari, namun saat kondisi toko sepi terkadang tim kesulitan untuk menjual produk bunga fresh, namun permintaan akan bunga fresh tetap ada sehingga tim ingin mencari solusi agar produk bunga fresh dapat di jual setiap saat namun tetap mendapatkan hasil yang maksimal. Pembuatan dried flower ini diharapkan menjadi alternatif para konsumen yang menginginkan produk bucket unik.

Akun sosial media:



Gambar 2. 2 Akun Sosial Media Tiktok Iluna Florist (capture 2 juli 2023)





Gambar 2. 3 Akun Sosial Media Instagram Iluna Florist (capture 2 juli 2023)

Pengembangan bisnis Iluna Florist ini membawa visi:

Menyediakan jasa pembuatan buket, Menciptakan produk yang baik dan berkualitas serta dapat dikenal luas dan mendapatkan presepsi positif di semua kalangan”.

Adapun misi yang tim Iluna Florist laksanakan dalam rangka mengaktualisasi visi yang telah disebutkan adalah sebaga berikut:

- 1) Memilih bahan baku dengan kualitas terbaik dan detail dalam menyeleksi kelayakanya
- 2) Memberikan penawaran bucket dengan bentuk kreatif dan unik
- 3) Menyajikan bucket dengan kemasan yang rapi
- 4) Menyusun bucket dengan berbagai ukuran sesuai dengan pesanan yang dikehendaki oleh konsumen.

Operasional bisnis Iluna Florist mengacu pada berbagai aktivitas dan proses yang dilakukan untuk menghasilkan bucket yang kreatif dan unik. Oleh karena itu

kreativitas anggota tim dan keuletan sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis ini. Ini melibatkan semua aspek dari bisnis tersebut, termasuk produksi, distribusi, manajemen sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran digital.

Operasional bisnis Iluna Florist adalah bagian yang sangat penting dalam menjalankan bisnis dan mencapai tujuan. Manajemen operasional yang baik dapat membantu perusahaan mencapai efisiensi, produktivitas, dan keuntungan yang lebih baik. Dalam mengusahakan hal tersebut tim Iluna Florist memiliki personel yang terdiri dari divisi produksi bucket, divisi digital marketing, dan divisi pencatatan keuangan.

Komunikasi yang dilakukan tim Iluna Florist untuk operasional bisnis dilakukan pertemuan bersama anggota dalam 1 Minggu sekali, selain itu, tim Iluna Florist memanfaatkan *Platform Whatsapp Group* untuk berdiskusi seputar operasional bisnis baik memberikan kritik ataupun saran kepada tim.

Iluna Florist memiliki berbagai macam target pasar, konsumen Iluna Florist tidak hanya untuk mahasiswa atau pelajar saja. Segementasi pasar per produk digambarkan dalam tabel sebagai berikut;

Tabel 1. 6 Segmentasi Pasar Per Produk

Produk	Target pasar
Bunga tangan (Custom)	Mahasiswa/Pelajar: Wisuda/kelulusan, Sidang, birthday
Karangan bunga papan	Ucapan grand opening, naik jabatan dll
Hampers EID	Hari perayaan (Idul fitri)
Acrilic LED	Lampu tidur
Gift Box	Ucapan selamat ulang tahun

Waktu-waktu ramai atau biasa disebut waktu penting dalam usaha buket bunga, pada saat menjelang kelulusan sekolah atau wisuda kampus. Banyak orang yang mencari beberapa rangkaian bunga untuk memberi sebuah ucapan selamat atas keberhasilan. Tetapi, bisnis buket bunga juga memiliki masa-masa penjualan

yang menurun. Beberapa hal dibawah menjelaskan apa yang dilakukan tim iluna pada saat penjualan menurun:

1. Memanfaatkan platform digital

Iluna Florist tidak hanya mengandalkan pesanan pelanggan saja, tetapi memanfaatkan teknologi saat ini, seperti memasang iklan di media sosial tentang Iluna Florist

2. Mengelola waktu

Iluna Florist memiliki jam kerja yang tidak fleksibel, karna mendapatkan pesanan kapan saja tidak mengenal waktu. Maka dari itu para tim Iluna Florist belajar mengelola waktu agar setiap pesanan bisa dirangkai dan dikirimkan sesuai waktu.

3. Mempersiapkan strategi bisnis

Semakin berkembangnya era digital, tim iluna berusaha untuk mengupdate strategi apa yang sedang ramai pada saat ini. Tidak hanya mengenalkan brand saja, tetapi tim iluna juga mencari apa yang sedang dibutuhkan konsumen pada saat ini.

B. PELAKSANAAN BISNIS

Iluna Florist pertama kali beroperasi pada tahun 2019. Sedangkan untuk penyusunan laporan dan analisa ini mengambil periode waktu dari 30 Januari 2023 sampai 30 Juli 2023. Pelaksanaan perintisan bisnis ini dilakukan hingga penulis beserta tim melakukan seminar proposal laporan. Analisa pelaksanaan ditinjau dari beberapa aspek, yaitu aspek produksi, keuangan, dan pemasaran dimana laporan ini penulis berfokus pada aspek pemasaran.

Pembahasan aspek yang penulis bahas pertama kali disini adalah pemasaran. Aspek pemasaran mencakup berbagai elemen dan komponen yang terlibat dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengelola strategi pemasaran untuk mempromosikan produk Iluna Florist yang mencapai target bisnis. Tahapanya

dimulai dari penelitian pasar. Ini melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data untuk memahami pasar, pesaing, dan pelanggan potensial. Peran Riset Pemasaran Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen yang ditulis oleh (Hapsawati Taan,2010). Peran riset pemasaran membantu tim Iluna Florist untuk menciptakan ide yang inovatif dan mampu membantu bisnis Iluna Florist untuk memperhitungkan potensi dalam suatu pasar dalam bidang produk,jasa sekaligus dapat membantu tim iluna mendapatkan informasi mengenai calon pelanggan serta para kompetitor.

Setelah itu, tahapan yang kedua adalah segmentasi pasar. Iluna Florist membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil dan lebih terfokus berdasarkan karakteristik psikografis, usia, dan perilaku pelanggan. Ini membantu dalam penargetan yang lebih efektif. Tahapan yang ketiga adalah targetting. Iluna Florist memilih kelompok pelanggan yang paling relevan dengan produk bucket yang disediakan. Langkah berikutnya adalah merancang produk yang meliputi proses merancang, mengembangkan, dan memperbaiki produk atau layanan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menawarkan nilai tambah yang kompetitif. Setelah produk sudah jadi, langkah berikutnya adalah penentuan harga dan melakukan promosi dibantu dengan peran digitalisasi sehingga fokus pada pemasaran digital seperti Instagram, tik tok, dan WhatsApp.

Berdasarkan pengertian serta beberapa penjelasan di atas, penulis beserta tim memiliki beberapa rencana aktivitas yang dijabarkan melalui tabel sebagai berikut:

1. Research Marketing

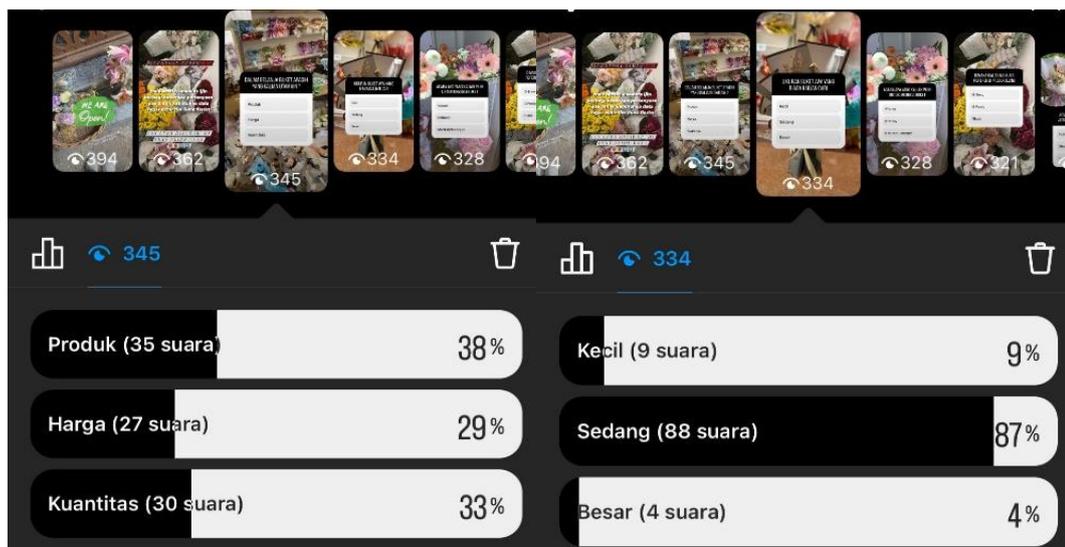
Tabel 1. 7 Program Rencana Aktivitas Pertama

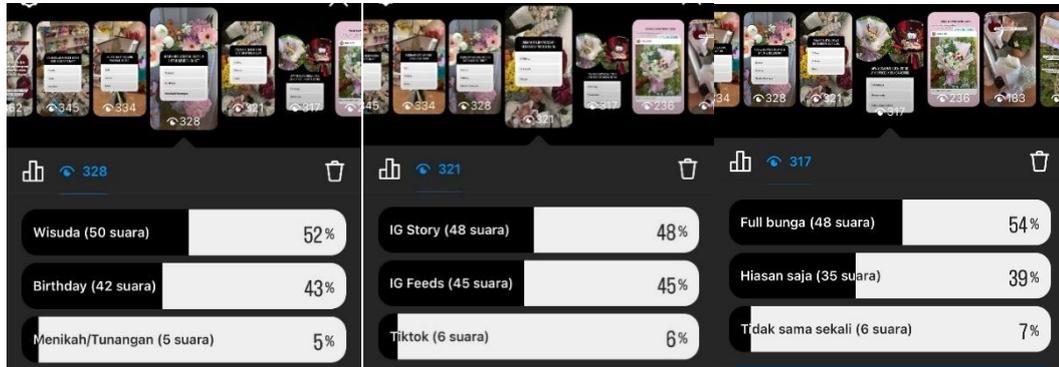
Program	Aktivitas
<i>Research marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui apa yang diinginkan oleh permintaan pasar 2. Menganalisis kelayakan pemasaran suatu produk bisnis yang dijalankan

Sebelum mempraktikkan perintisan bisnis, tim Iluna Florist terlebih dahulu melakukan observasi bisnis. Kegiatan observasi bisnis merupakan proses pengamatan dan pemantauan terhadap berbagai aspek dan elemen yang terkait dengan operasi bisnis bucket. Tujuan utama dari observasi bisnis adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana sebuah bisnis bucket dapat digemari oleh pelanggan, selain itu tim juga mengamati cara berinteraksi dengan pelanggan, pesaing, dan pasar, serta mengidentifikasi peluang atau masalah yang mungkin memengaruhi kinerja bisnis.

Survey dilakukan dengan lima pertanyaan sebagai berikut:

1. Dalam belanja bucket apakah yang kalian utamakan (Produk,Harga,Kuantitas)?
2. Ukuran bucket tapa yang biasa kalian cari (Kecil,Sedang,Besar)?
3. Acara apa yang kalian pilih untuk membeli bucket (Wisuda,Birthday,Menikah)?
4. Dimana kalian mencari referensi produk Iluna Florist (Ig Story,Feeds,Tiktok)?
5. Model apa yang kalian suka untuk jenis produk bunga kering (Full bunga, Hiasan saja, Tidak sama sekali)?





Gambar 2. 4 Capture Hasil Polling Question Instagram Iluna Florist

Dari hasil riset pasar melalui voting yang dilakukan pada media Instagram tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Konsumen mengutamakan produk dibandingkan dengan harga dan kuantitas.
- 2) Konsumen lebih memilih ukuran sedang dalam memilih buket dibandingkan dengan ukuran kecil dan besar.
- 3) Konsumen cenderung membutuhkan buket bunga di acara wisuda dibandingkan pada acara ulang tahun dan menikah.
- 4) Konsumen cenderung mencari referensi produk di IG story dibandingkan IG Feeds ataupun tiktok.
- 5) Konsumen cenderung menyukai jenis produk bunga kering untuk model full bunga dibandingkan menjadi hiasan saja atau tidak digunakan sama sekali.

Setelah melakukan observasi dan riset pasar melalui sosial media, penulis memiliki ide untuk menjual buket bunga yaitu sebagai salah satu produk yang banyak digemari oleh para konsumen. Buket bunga sebagai tanda ucapan selamat atas kebahagiaan menjadi salah satu khas yg digunakan para konsumen di era saat ini, selain harga yang sangat terjangkau buket bunga juga menyediakan bermacam-

macam bentuk produk seduai dengan keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan buket bunga sudah memberikan kesan kebahagiaan untuk para konsumen.

Setelah menentukan buket bunga sebagai bisnis yang akan diangkat, penulis melihat bahwa sudah ada beberapa produk buket bunga yang sudah di jual di Indonesia. Beberapa produk memiliki berbagai macam bentuk yg unik namun masih memerlukan perbaikan dari segi branding. Salah satu arti dari rebranding adalah salah satu strategi pemasaran yang berfokus dengan penggunaan nama baru, istilah, simbol, desain, serta perpaduan yang diciptakan untuk brand dengan tujuan mengembangkan identitas baru dalam fikiran konsumen (Wiwitan, n.d.).

2. Membuat Rancangan Iluna Florist

Membuat rancangan Iluna Florist Rhenald kasali, guru besar strategic marketing UI berpendapat bahwa calon pengusaha yang gagal diawal adalah mereka yang tidak membuat sistem perencanaan bisnis yang struktural dan sistematis. Maka, ketika pengusaha memulai sebuah bisnis banyak hal yang tak terduga muncul dan mereka tidak mengerti cara menangani hal hal yang tak terduga tersebut. Rencana bisnis adalah suatu bentuk cara penyajian dokumen tertulis yang didalamnya berisikan ide ide bisnis kedalam bentuk yang tertulis. Rencana bisnis tersebut menjelaskan secara terperinci seluk beluk usaha yang akan dimulai dengan sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh orang lain (Dalam Bidang & Alam, n.d.).

Berdasarkan pengertian serta beberapa penjelasan diatas, penulis beserta tim memiliki beberapa rencana aktivitas;

Tabel 1. 8 Program Rencana Aktivitas Kedua

Program	Aktivitas
Membuat rancangan Iluna Florist	1. Membuat deskripsi usaha 2. Menyusun strategi pemasaran

a. Membuat Deskripsi Usaha

a) Bentuk Usaha

Bentuk usaha Iluna Florist ini adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dimana bisnis ini merupakan sebuah usaha ekonomi yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha dalam ukuran kecil

b) Visi dan Misi

Pengembangan bisnis Iluna Florist ini membawa visi:

Menyediakan jasa pembuatan buket, Menciptakan produk yang baik dan berkualitas serta dapat dikenal luas dan mendapatkan persepsi positif disemua kalangan.

Adapun misi yang tim Iluna Florist targetkan untuk mewujudkan visi diatas adalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan bahan-bahan yang terbaik serta memastikan kelayakan produk
- b. Menawarkan berbagai varian produk yang unik dan beragam dan berinovasi
- c. Menciptakan tampilan pengemasan yang menarik tetapi tetap menjaga kualitas produk dengan baik
- d. Menyediakan berbagai ukuran produk sesuai permintaan para calon konsumen

c) Tujuan

Tujuan dari dibuatnya usaha buket, khususnya Iluna Florist adalah untuk mendapatkan sebuah keuntungan secara finansial. Selain itu, adengan adanya usaha ini juga dapat menjadikan lapangan perkerjaan bari bagi orang lain.

d) Kepemilikan

Bisnis Iluna Florist dimiliki dan dikelola secara langsung oleh Naili Faiqah beserta 3 karyawan.

b. Menyusun Strategi Pemasaran

Prosedur periklanan adalah suatu tata metode untuk memilih sekaligus memeriksa target yang ditampilkan dan memelihara kombinasi promosi yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan strategi pemasaran usaha kecil menengah buket bunga princess florist pada sosial media instagram dalam mempertahankan bisnis di tengah pandemi covid-19 (studi kasus pada ud. Princess florist). Sesuai dengan Philip Kotler dalam *Apprehensive* kismono, sistem menampilkan terdiri dari empat tahap dasar:

- a. Mengembangkan sistem periklanan yang diatur pasar
- b. Menyusun strategi atau menampilkan program dengan memanfaatkan perpaduan periklanan
- c. Memilah, melaksanakan, dan mengawasi usaha periklanan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh tim Iluna Florist adalah:

- a. Membuat konten dalam media social khususnya instagram dan tiktok,
- b. Membuat produk yang inovatif sehingga terjadinya strategi pemasaran WOM (*Word of Mouth*) dimana strategi ini dari mulut ke mulut, ketika seorang pelanggan menyukai produk Iluna Florist lalu menceritakan produk Iluna Florist kepada teman atau keluarganya.
- c. Tim Iluna juga mengembangkan strategi pemasaran yang terbaru yaitu melakukan promosi melalui iklan berbayar pada fb ads (Instagram) khususnya pada produk pengembangan yaitu dried flower.

3. Melaksanakan Program Strategi Aspek Pemasaram

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, dimana kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu Perusahaan dari waktu ke waktu, pada tingkatan dan acuan alokasi, terutama respon Perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi (Musyawarah & Idayanti, 2022)

Menurut (Musyawarah & Idayanti, 2022), Faktor-faktor strategi pemasaran adalah kemampuan strategi pemasaran perusahaan untuk mencapai pada tiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis faktor-faktor :

a) Analisis ekonomi

Menganalisis kondisi ekonomi, dimana Perusahaan memperhitungkan dampak dari alternatif peluang terhadap kemampuan untuk memperoleh keuntungan

b) Faktor Lingkungan

Perusahaan menyesuaikan aturan pemerintah dan pertumbuhan Masyarakat suatu wilayah dalam Upaya mencari tahu pengaruh pada kemajuan teknologi

c) Perilaku konsumen

Faktor ini sangat berkontribusi pada pengembangan sebuah produk, seperti apa desainnya hingga penetapan harga suatu produk

d) Faktor Pasar

Mempertimbangkan aspek-aspek setiap siklus pasar, seperti siklus pengembangan, saluran distribusi, pola perilaku konsumen serta distribusi segmentasi pasar dan peluang yang belum dipenuhi.

e) Persaingan

Setiap Perusahaan harus paham betul mengenai siapa yang jadi pesaingnya, kedudukan produk, strategi apa yang digunakan, serta keunggulan dan kelemahan pesaing

f) Analisa kemampuan internal Perusahaan

Perusahaan mesti melakukan penilaian pada setiap kekuatan dan kelemahan relative yang dimiliki pesaingnya.

Berdasarkan pengertian serta beberapa penjelasan diatas, penulis beserta tim memiliki beberapa rencana aktivitas;

Tabel 1. 9 Program Rencana Aktivitas Ketiga

Program	Aktivitas
Melaksanakan program strategi aspek pemasaran	1) Melakukan penyusunan cara mengatur strategi pemasaran. 2) Melakukan iklan berbayar pada fb ads (Instagram)

a. Melakukan Penyusunan cara mengatur strategi pemasaran,

Tim Iluna Florist melakukan penyusunan strategi pemasaran melalui cara;

a) Promosi

Promosi ini dilakukan tim iluna untuk memperkenalkan produk iluna kepada para calon konsumen melalui cara membuat konten di media social terutama Instagram dan tiktok.



Gambar 2. 5 Contoh Content Social Media Iluna Florist

b) Kreativitas

Tim Iluna berupaya membuat strategi pemasaran yang beda dan unik sekaligus selalu berusaha untuk mengupayakan kegiatan pemasaran agar dapat berjalan maksimal dengan memanfaatkan fasilitas internet untuk memasarkan produk usaha.

c) Konsistensi

Tim Iluna berusaha konsisten dalam menjalankan usaha, terutama pada bidang pemasaran, dimana dengan hal tersebut membantu mengurangi biaya marketing dan meningkatkan efektivitas produk.

d) Perencanaan

Tim Iluna berupaya meluangkan waktu untuk merencanakan strategi pemasaran, tujuan usaha, biaya marketing serta visi misi yang berkaitan dengan pemasaran

b. Melakukan iklan berbayar pada fb ads (Instagram)

Menurut Kotler dan Keller (2016), media sosial merupakan sebuah media yang berbasis pada internet dan digunakan oleh Masyarakat untuk membagikan berbagai hal, seperti teks, gambar, suara atau audio, maupun video kepada orang lain. Informasi yang sesuai dapat membangun kepercayaan konsumen untuk mendorong minat beli (Copeland & Zhao, 2020; Amompashara, Rompho, & Phadoongsitthi, 2015). Visualisasi produk yang baik membangun persepsi kualitas dan mendorong minat beli (Teo, Leng, & Phua, 2019)

Pada tahun 2016 yang lalu, Instagram resmi merilis Instagram business profile yang ditujukan untuk membantu para pelaku bisnis membangun brand mereka di Instagram. Fitur yang ada pada Instagram business diantaranya

seperti analytics, ads targeting, kontak, dan beberapa fitur menarik lainnya yang dapat meningkatkan performa bisnis. Oleh karena itu, banyak para pelaku bisnis yang memanfaatkan fitur yang ditawarkan oleh Instagram dalam mempromosikan bisnisnya salah satunya dengan cara melakukan instagram ads. Pada Instagram ads dapat membuat iklan di Instagram feeds maupun Instagram story sesuai dengan target dan budget yang telah ditentukan (Adisya resti,dkk 2021).

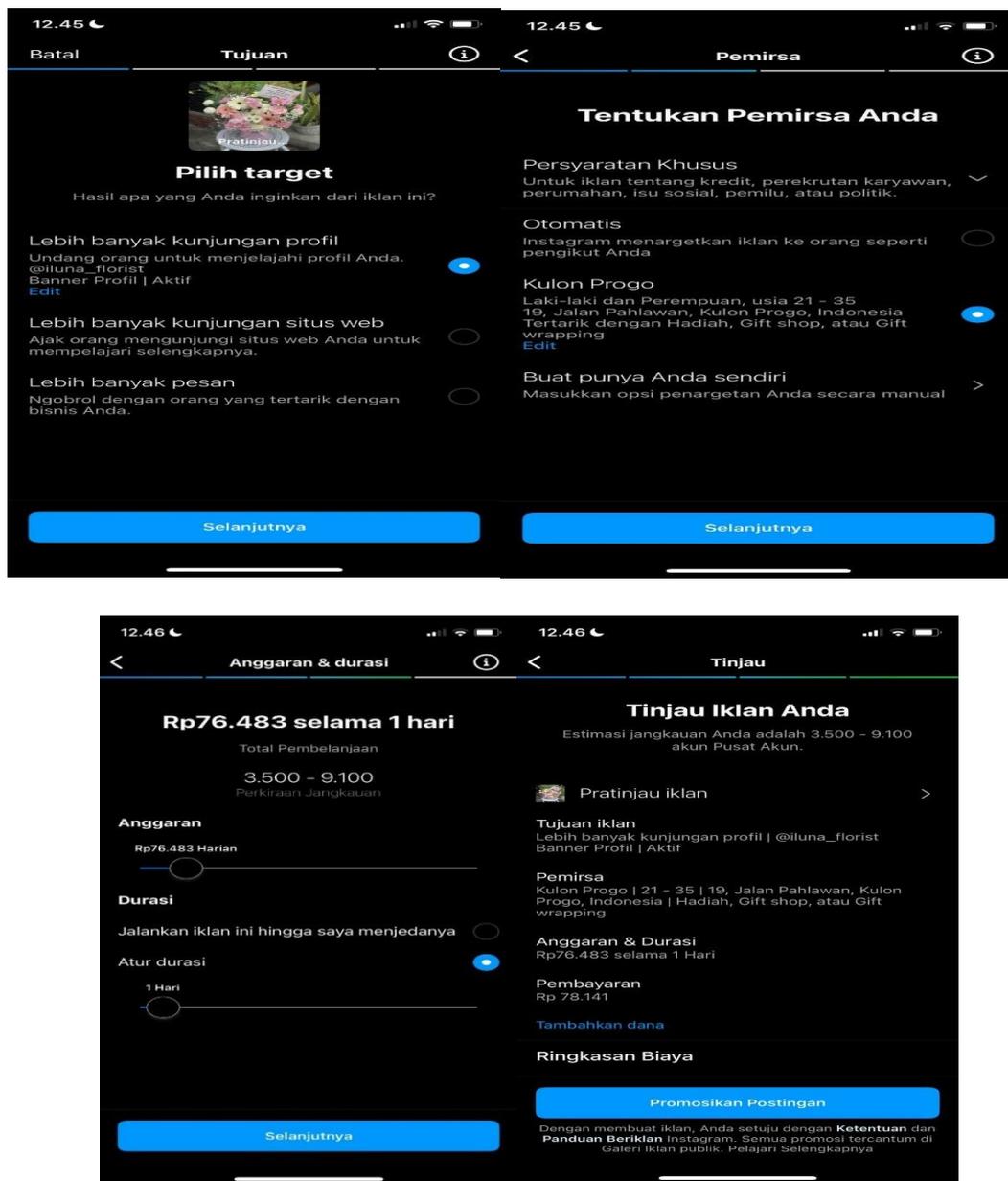
Tim Iluna Florist melakukan pengembangan dalam bidang promosi yaitu melakukan iklan melalui Fb ads (Instagram) untuk memaksimalkan performa promosi terhadap Iluna Florist. Saat ini Iluna Florist memiliki jumlah audiens di akun social media khususnya *Platform Instagram* sebanyak 4.068 pengikut.



Gambar 2. 6 Capture Profil Instagram Iluna Florist

Dengan Jumlah pengikut tersebut, Iluna Florist memiliki potensi pasar yang cukup besar di social media khususnya *Platform Instagram*. Karena, Instagram pada setiap harinya jutaan orang mengakses Instagram dan beraktivitas di platform tersebut. Melalui Instagram, Tim Iluna bisa berinteraksi dengan para audiens atau pengikut Instagram untuk membangun *brand awareness*.

Setelah memahami tentang *Instagram ads*, Tim Iluna menetapkan target audiens, Lokasi serta biaya iklan yang sesuai dengan anggaran dan target.



Gambar 2. 7 Instagram ads Iluna Florist

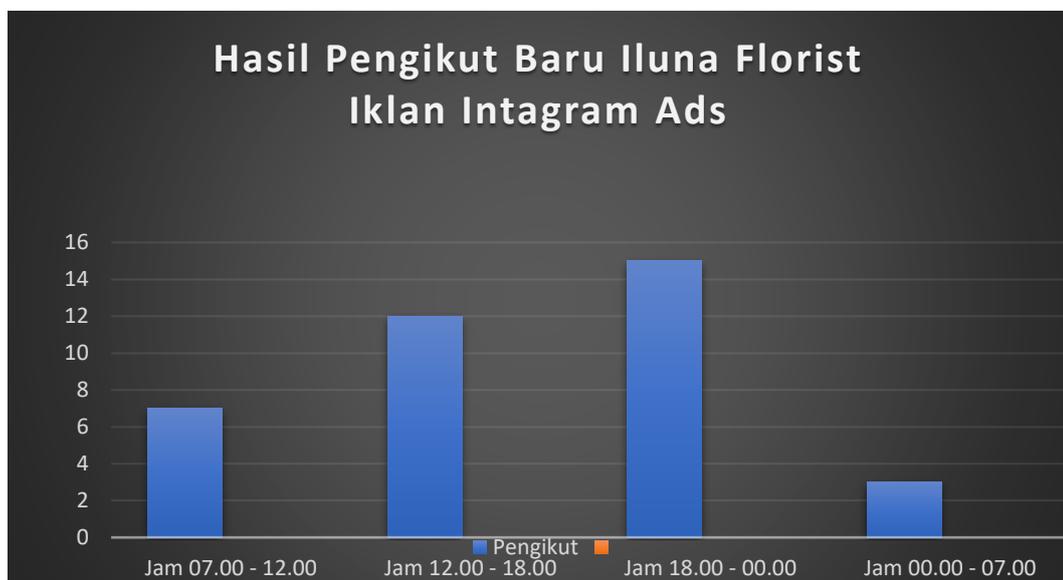
Berdasarkan gambar diatas, sesuai kesepakatan tim Iluna menjelaskan bahwa ;

- 1) Tim Iluna menetapkan target audiens dengan memilih lebih banyak kunjungan profil dibandingkan dengan kunjungan situs web dan pesan. Dengan memilih opsi tersebut, .Profil dan Katalog Iluna Florist lebih banyak dikunjungi dan konten-konten yang terdapat di profil Iluna Florist bisa dilihat dengan audiens.

- 2) Tim Iluna menetapkan kunjungan audiens berdasarkan lokasi yaitu dengan memilih lokasi audiens yang berada di Kulon Progo dikarenakan toko offline store Iluna Florist berlokasi di Kulon Progo. Sehingga, memudahkan audiens atau calon konsumen yang tinggal di daerah Kulon Progo mengunjungi toko Iluna Florist secara langsung.
- 3) Tim Iluna menetapkan anggaran biaya iklan dengan memilih jangka waktu iklan harian yang berdurasi 1x24 jam dengan biaya anggaran “Rp.76.483”,
- 4) Pratinjau iklan yang didapatkan Iluna Florist dengan menetapkan target audiens, lokasi, dan anggaran sesuai yang sudah dijelaskan tersebut mendapatkan estimasi jangkauan sebanyak 3.500 – 9.100 kunjungan profil.

Adapun hasil dari iklan Instagram ads, selain membantu Iluna Florist mendapatkan audiens yang lebih banyak khususnya yang berlokasi di Kulon Progo, Iluna Florist mendapatkan jumlah pengikut baru khususnya di *Platform Instagram*.

Berikut hasil kurva pengikut baru Iluna Florist selama 1x24 jam penayangan di iklan *Instagram Ads*.



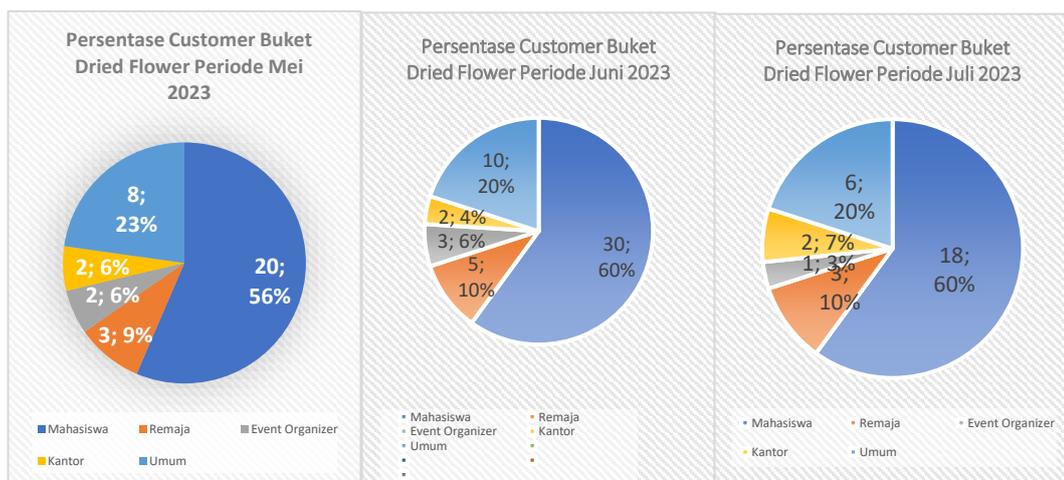
Gambar 2. 8 Hasil Pengikut Baru Iluna Florist Instagram Ads

4. Membuat Konten Atau Posting

Tabel 1. 10 Program Rencana Aktivitas Keempat

Program	Aktivitas
Membuat konten atau posting	1) Mengetahui target untuk para konsumen (anak-anak – dewasa) 2) Membuat konsep konten yang menarik dalam promosi 3) Membuat konten planning : Feeds, Story, Video Ig reals, Video Tiktok

a. Mengetahui target untuk para konsumen (anak-anak – dewasa)



Gambar 2. 9 Diagram target konsumen Iluna Florist

Dilihat dari hasil penjualan terbanyak periode Mei – Juli 2023, dapat disimpulkan bahwa konsumen terbanyak yang dimiliki Iluna Florist adalah Mahasiswa/Pelajar. Penjualan yaitu, pada bulan Mei dan bulan Juni terdapat banyak sekali mahasiswa yang telah menyelesaikan masa studinya. Rata-rata pembeli buket dried flower adalah mahasiswa atau pelajar. Karena, saat ini buket bunga dapat diberikan untuk berbagai ,macam event atau penghargaan atas suatu pencapaian. Yaitu jika dalam lingkup mahasiswa, buket bunga diberikan pada saat setelah menyelesaikan seminar proposal, ujian komprehensif, sidang akhir atau

munaqosah, dan wisuda. Kemudian terdapat beberapa orang yang memberikan busket untuk diberikan sebagai bentuk hadiah ulang tahun, atau hadiah pernikahan.

b. Membuat konsep konten yang menarik dalam promosi

Membuat konsep konten sebagai media promosi dan penjualan dipertimbangkan oleh para pembisnis agar kegiatan pemasaran bermanfaat bagi pelanggan. Chakti (2019 : 126) memaparkan bahwa daripada hanya melempar produk atau layanan, sebaiknya memberikan konten yang relevan dan bermanfaat bagi prospek dan pelanggan untuk memecahkan sebuah masalah. Menurut Sanawiri dan Iqbal (2018:134), konten promosi tidak hanya sekedar post biasa, melainkan terdapat desain khusus untuk berinteraksi dan memberi kesan kepada konsumen untuk mengetahui lebih dalam mengenai suatu bisnis.

Tim Iluna dalam melakukan setiap promosi mengupayakan promosi yang tidak monoton. Berikut konsep konten yang tim Iluna lakukan ;

- a) Membuat konten berkualitas, dengan cara membuat konten yang tidak hanya berfokus pada topik yang dangkal. Informasi yang dibagikan memiliki isi yang bermanfaat untuk calon konsumen
- b) Menggunakan konten video atau bergambar, yang paling dominan dalam social media adalah konten video atau bergambar. Dimana konten video atau bergambar mampu menarik audiens di dunia promosi saat ini
- c) Mengingat audiens, membuat konten sesuai dengan kebutuhan audiens dengan melakukan polling pada Instagram story untuk berinteraksi dengan audiens. Cara ini tidak hanya sebatas mengetahui kebutuhan konsumen saja, tetapi memberikan wawasan spesifik tentang apa yang benar-benar audiens inginkan
- d) Memberikan Giveaway, Mayoritas orang menyukai barang gratis. Dengan ini tim Iluna memberikan hadiah secara random dengan hanya meminta pengikut untuk follow,like, atau comment pada akun Iluna

Florist. Dengan cara ini tidak hanya sekedar berinteraksi pada pengikut saja, tetapi juga dapat meningkatkan engagement.

c. Membuat konten planning

Salah satu wadah ataupun tempat pengelolaan konten planning yaitu media social. Kotler dkk (2017 : 122) menjelaskan bahwa media social menjadikan peran utama dalam perubahan dunia pemasaran. Konten planning bukan hanya dilakukan sekedar post biasa, tetapi perlu desain yang khusus untuk berinteraksi sekaligus memberi kesan kepada calon konsumen untuk mengetahui lebih dalam mengenai sebuah bisnis.

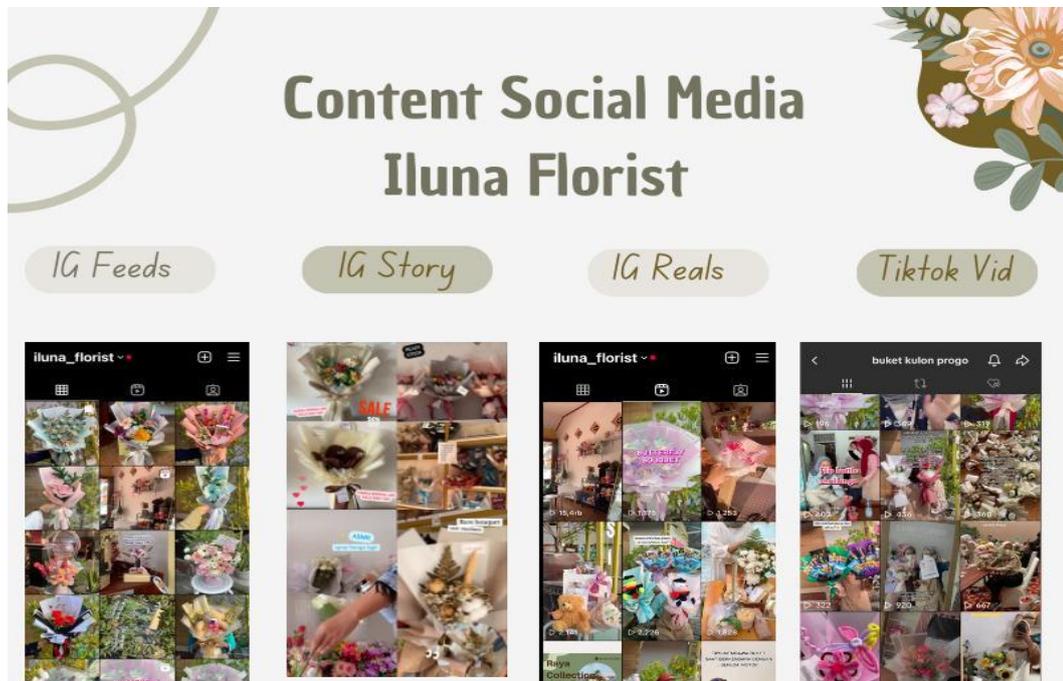
Tim Iluna dalam membuat konten planning menetapkan terlebih dahulu topik apa yang ingin dibahas, ide konten seperti apa yang ingin dipilih dan platform apa yang akan diposting. Setelah menetapkan ide tersebut tim Iluna Florist membuat *Schedule Planning* untuk menjadwalkan secara konsisten dan berurutan. Dengan membuat *Schedule Planning* dapat membantu bisnis Iluna Florist mengalami peningkatan *Traffic* dan penjualan produk yang signifikan.

Berikut *Schedule Planning* yang tim Iluna tetapkan ;



Gambar 2. 10 Schedule Planning Content Iluna Florist

Berikut contoh konten promosi Iluna Florist:



Gambar 2. 11 Contoh Content Social Media Iluna Florist

Dengan terbentuknya *Schedule Planning* membantu tim Iluna Florist untuk membuat penjadwalan konten secara konsisten. Sehingga media social Iluna Florist memiliki konten yang terjadwal.

5. Melakukan Evaluasi

Program	Aktivitas
Melakukan Evaluasi	Mengevaluasi tiap capaian target beserta aktivitas- aktivitas

Tabel 1. 11 Tabel Program Melakukan Evaluasi

Evaluasi strategi yang dilakukan tim Iluna Florist difokuskan pada kualitas produk serta proses pembuatannya. Dalam menghadapi hal ini tim Iluna Florist menjaga kualitas produk dan melakukan inovasi untuk produk agar bervariasi.

Dalam bidang pemasaran tim Iluna Florist memfokuskan kepada promosi melalui social media, bertujuan untuk menjangkau pasar sasaran yang lebih luas.

Solusi yang penulis usulkan terhadap berbagai permasalahan dalam pelaksanaan program kerja adalah dengan mengulang survei dengan mediasi yang lebih detail dan komprehensif, memasukkan informasi yang lebih luas tentang pemanfaatan media sosial, pengenalan produk serta pengiriman produk secara online. Meningkatkan potensi pangsa pasar secara terukur dan terencana dengan mengoptimalkan media sosial, membuat konten yang konsisten dan tepat waktu, serta menerapkan pendataan detail setiap saham yang diperdagangkan, termasuk waktu, identitas, dan volume produksi. Oleh karena itu, bisnis tersebut dimaksudkan sebagai sarana bagi penulis untuk berkembang dan menghasilkan keuntungan, baik secara pribadi maupun publik.

Data Penjualan Iluna Florist

1) Penjualan Periode Mei-Juli 2023

Dalam bisnis pengembangan buket *Dried Flower* mulai melakukan pemasaran dan penjualan produk terhitung mulai dari bulan Mei dengan menjual buket *Dried Flower* dengan 3 pilihan *Size* dan add on untuk penambahan variasi buket bunga sesuai dengan selera konsumen.

Adapun hasil rekapitulasi penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Mei 2023 terdiri dari :

- a. Buket *Dried Flower Small* : 20 pcs
- b. Buket *Dried Flower Medium* : 10 pcs
- c. Buket *Dried Flower Large* : 5 Pcs

Total penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Mei 2023 yaitu sebanyak 35 pcs

2) Adapun hasil rekapitulasi penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Juni 2023 terdiri dari :

- a. *Buket Dried Flower Small* : 25 pcs
- b. *Buket Dried Flower Medium* : 15 pcs
- c. *Buket Dried Flower Large* : 10 Pcs

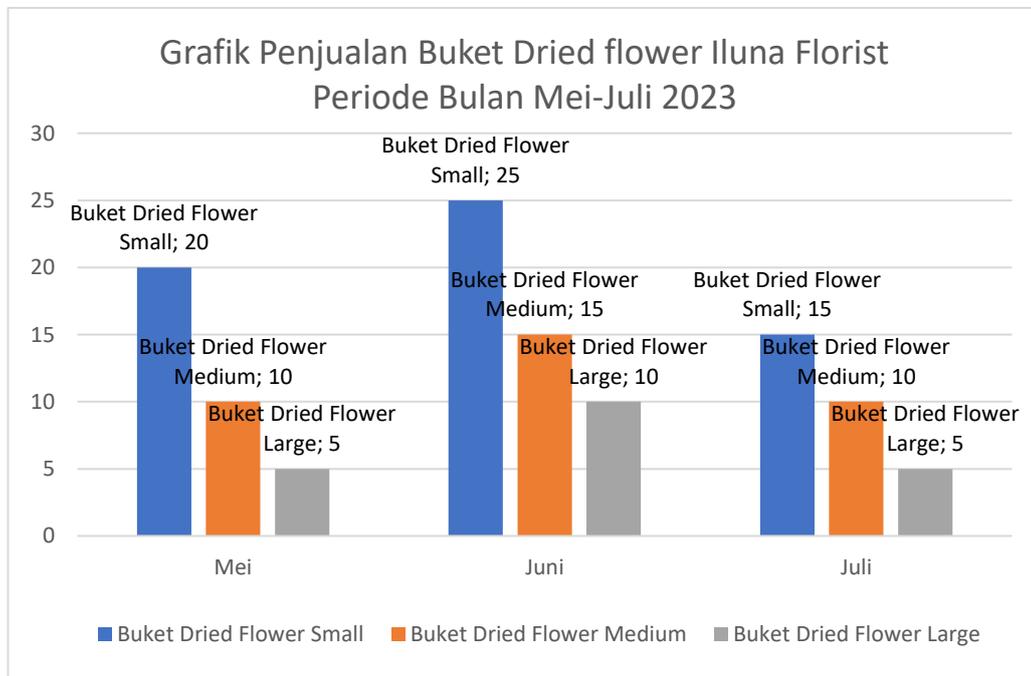
Total penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Juni 2023 yaitu sebanyak 50 pcs

3) Adapun hasil rekapitulasi penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Juli 2023 terdiri dari :

- d. *Buket Dried Flower Small* : 15 pcs
- e. *Buket Dried Flower Medium* : 10 pcs
- f. *Buket Dried Flower Large* : 5 Pcs

Total penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Juli 2023 yaitu sebanyak 30 pcs

Grafik Penjualan Buket Dried Flower Iluna Florist



Gambar 2. 12 Grafik Penjualan Buket Dried Flower Periode Mei-Juli 2023

1) Periode Bulan Mei – Juli

Berdasarkan hasil dari analisis penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Mei dan bulan Juni meningkat. Dapat dilihat dari grafik penjualan buket *Dried Flower* di setiap *Size* yang telah disediakan meningkat secara terus menerus pada bulan Mei - Juni. Namun, pada bulan Juli penjualan buket *Dried Flower* mengalami penurunan.

Penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Mei yaitu, untuk *Size Small* terjual sebanyak 20 pcs, buket *Size Medium* terjual sebanyak 10 pcs, dan untuk buket *Size Large* terjual sebanyak 5 pcs. Total penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Mei 2023 terjual sebanyak 35 pcs.

Kemudian penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Juni yaitu, untuk *Size Small* terjual sebanyak 25 pcs, buket *Size Medium* terjual sebanyak 15 pcs, dan buket *Size Large* terjual sebanyak 10 Pcs. Total penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Juni 2023 terjual sebanyak 50 pcs.

Dan penjualan buket *Dried Flower* pada bulan Juli yaitu untuk *Size Small* terjual sebanyak 15 pcs, buket *Size Medium* terjual sebanyak 10 pcs, dan buket *Size Large* terjual sebanyak 5 Pcs. Total penjualan buket *Dried Flower* pada Bulan Juli 2023 terjual sebanyak 30 pcs.

BAB III

IDENTIFIKASI KENDALA PADA PROSES PEMASARAN

A. Identifikasi Masalah Dan Pemecahan Masalah

Setiap proses ketika menjalankan sebuah bisnis pasti akan menemukan suatu masalah, baik dalam masalah internal maupun eksternal. Darimanapun sumber masalah tersebut, kita sebagai pelaku bisnis diharuskan untuk menyelesaikan masalah tersebut guna terciptanya peningkatan volume penjualan yang menghasilkan tingginya laba pada suatu bisnis tersebut. Dalam pelaksanaan pengembangan bisnis Iluna Florist, penulis meyakini bahwa terdapat beberapa permasalahan yang harus diselesaikan dengan baik yang diharapkan akan menjadi sebuah pelajaran untuk kedepannya.

Berikut hasil produk dan target pasar Iluna Florist :

Produk	Target pasar
Bunga tangan (Custom)	Mahasiswa/Pelajar: Wisuda/kelulusan, Sidang, birthday
Karangan bunga papan	Ucapan grand opening, naik jabatan dll
Hampers EID	Hari perayaan (Idul fitri)
Acrilic LED	Lampu tidur
Gift Box	Ucapan selamat ulang tahun

Tabel 3. 1 Hasil Produk Dan Target Pasar Iluna Florist

Waktu-waktu ramai atau biasa disebut waktu penting dalam usaha buket bunga, pada saat menjelang kelulusan sekolah atau wisuda kampus. Banyak orang yang mencari beberapa rangkaian bunga untuk memberi sebuah ucapan selamat atas keberhasilan. Tetapi, bisnis buket bunga juga memiliki masa-masa penjualan yang menurun. Beberapa hal dibawah menjelaskan apa yang dilakukan tim iluna pada saat penjualan menurun:

1. Memanfaatkan platform digital

Iluna Florist tidak hanya mengandalkan pesanan pelanggan saja, tetapi memanfaatkan teknologi saat ini, seperti memasang iklan di media sosial tentang Iluna Florist

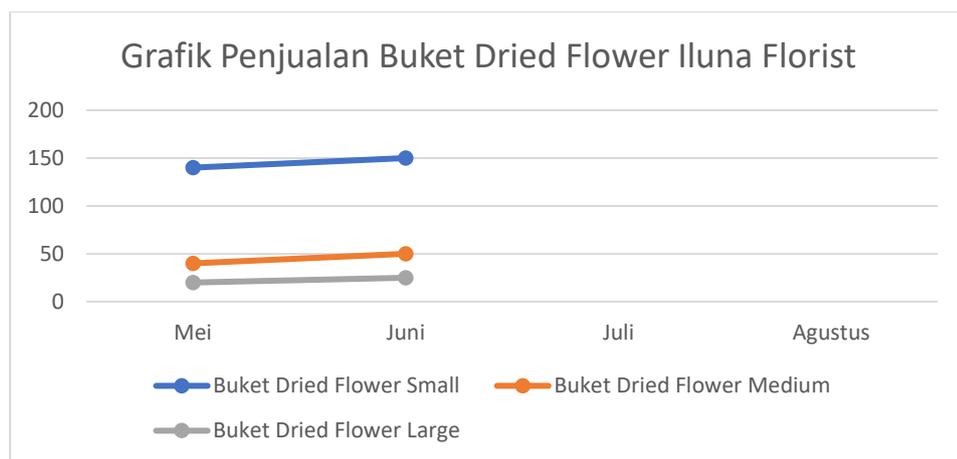
2. Mengelola waktu

Iluna Florist memiliki jam kerja yang tidak fleksibel, karna mendapatkan pesanan kapan saja tidak mengenal waktu. Maka dari itu para tim Iluna Florist belajar mengelola waktu agar setiap pesanan bisa dirangkai dan dikirimkan sesuai waktu.

3. Mempersiapkan strategi bisnis

Semakin berkembangnya era digital, tim iluna berusaha untuk mengupdate strategi apa yang sedang ramai pada saat ini. Tidak hanya mengenalkan brand saja, tetapi tim iluna juga mencari apa yang sedang dibutuhkan konsumen pada saat ini.

Berikut merupakan data penjualan bisnis Iluna Florist periode Mei hingga Juli 2023:



Gambar 2. 13 Grafik Penjualan Buket Dried Flower Iluna Florist

Berikut merupakan beberapa kendala yang penulis dan tim bisnis Iluna Florist temukan di lapangan:

- 1) Kurang mengoptimalkan pemanfaatan media sosial

Media sosial merupakan salah satu hal yang sangat berguna pada bidang pemasaran. Dengan adanya media sosial, penulis sebagai penanggungjawab bidang pemasaran merasa terbantu dengan adanya media sosial tersebut. Penulis menjadikan media sosial menjadi fitur penting dalam memasarkan sebuah produk.

a) Hasil yang dicapai

Pada pelaksanaannya, penulis yang menjadi penanggung jawab pada bidang pemasaran menemui masalah dalam memanfaatkan media sosial.

b) Faktor Penghambat

Kurangnya pengoptimalisasian dalam media sosial membuat akun media sosial dari bisnis Iluna Florist menjadi tidak maksimal dalam menggunakan media sosial. Hal ini berpengaruh terhadap penjualan sehingga tidak maksimal dalam memasarkan sebuah produk.

c) Solusi

Mengikuti kegiatan seminar yang membahas tentang pengoptimalisasian seputar digital marketing supaya mampu memahami konsep pemanfaatan media social terhadap bisnis

2) Menurunnya konsumen pada musim tertentu

Dalam membangun bisnis florist khususnya jasa pembuatan buket bunga tidaklah mudah. Ada beberapa waktu penjualan dari bisnis tersebut naik ataupun menurun. Peningkatan penjualan terjadi ketika pada bulan-bulan kelulusan sekolah atau wisuda saja, dan penjualan menurun di hari-hari biasa. Kurangnya pengoptimalisasian terhadap masyarakat tentang pengenalan produk.

a) Hasil yang dicapai

Pada musim dengan tingkat penjualan yang tinggi seperti bulan-bulan kelulusan atau wisuda stock yang tersedia pada toko dapat terjual habis sehingga mendapatkan income yang cukup tinggi

b) Faktor Penghambat

Penjualan menurun pada saat hari-hari biasa dan cukup menghambat pendapatan bisnis karna stock yang tersedia lebih di toko

c) Solusi

Bekerja sama dengan tim produksi agar menyediakan stock yang tidak berlebihan pada hari-hari biasa atau bukan pada musim kelulusan atau wisuda. Sehingga pendapatan dalam bisnis tidak mengalami kerugian.

3) Pemesanan Produk Berjarak Jauh

Mempromosikan produk serta memasang iklan di social media membuat produk Iluna Florist dikenal dengan jangkauan luas. Banyak calon konsumen yang ingin memesan produk Iluna Florist dengan lokasi konsumen yang cukup jauh. Pada pelaksanaannya penulis memiliki tanggung jawab untuk memecahkan permasalahan tersebut karna tidak sepenuhnya dapat memenuhi keinginan konsumen.

a) Hasil yang dicapai

Pada pemesanan produk secara offline memiliki resiko yang lebih kecil khususny pada pengiriman produk kepada konsumen. Sehingga konsumen mendapatkan produk sesuai yang diinginkan.

b) Faktor Penghambat

Kendala yang terjadi dilapangan belum mempersiapkan packaging atau pengiriman barang untuk jarak jauh. Pada pelaksanaannya penulis memiliki tanggung jawab untuk memecahkan permasalahan tersebut karna tidak sepenuhnya dapat memenuhi keinginan konsumen

c) Solusi

Tim Iluna Florist akan berusaha untuk segera merencanakan pengiriman dan packaging jarak jauh sekaligus biaya ongkos kirim yang tidak memberatkan konsumen online.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam memulai suatu bisnis tentunya menjadi ajang pembelajaran bagi penulis dan tim, dimana mereka dapat mengaplikasikan ilmu yang dimiliki dan mempelajari kondisi lapangan yang dapat menjadi tawaran bagi penulis untuk memimpin usaha di masa depan.

Program kerja penulis meliputi capaian target dan aktivitas kegiatan pemasaran seperti;

Program	Aktivitas
<i>Research marketing</i>	1. Mengetahui apa yang diinginkan oleh permintaan pasar 2. Menganalisis kelayakan pemasaran suatu produk bisnis yang dijalankan

Tabel 4. 1 Tabel Program Kerja Pertama Iluna Florist

a) Kendala

Kendala yang terdapat pada capaian target tersebut adalah tidak konsistennya permintaan pasar yang dibutuhkan oleh konsumen Iluna Florist dikarenakan adanya perbedaan permintaan konsumen lama dan konsumen baru

b) Solusi

Solusi yang dilakukan melakukan polling story Instagram secara rutin minimal 1 bulan sekali.

Program	Aktivitas
Membuat rancangan Iluna Florist	1. Membuat deskripsi usaha 2. Menyusun strategi pemasaran

Tabel 4. 2 Tabel Program Kerja Kedua Iluna Florist

a) Kendala

Kendala yang terdapat pada capaian target tersebut pada awal bisnis berjalan tidak membuat sistem perencanaan bisnis yang structural dan sistematis

b) Solusi

Solusi yang dilakukan membuat rancangan bisnis Iluna Florist dimulai dari membuat deskripsi usaha dan Menyusun strategi pemasaran, sehingga mampu menangani hal-hal yang tidak terduga.

Program	Aktivitas
Melaksanakan program strategi aspek pemasaran	3) Melakukan penyusunan cara mengatur strategi pemasaran. 4) Melakukan iklan berbayar pada fb ads (Instagram)

Tabel 4. 3 Tabel Program Kerja Ketiga Iluna Florist

a) Kendala

Kendala yang terdapat pada capaian target tersebut tidak menyiapkan dana pembiayaan iklan Instagram ads secara rutin

b) Solusi

Solusi yang dilakukan berkoordinasi dengan bagian keuangan untuk meminta biaya iklan sesuai budget yang disarankan bagian keuangan agar dapat menjalankan iklan secara rutin minimal sebulan sekali.

Program	Aktivitas
Membuat konten atau posting	1) Mengetahui target untuk para konsumen (anak-anak – dewasa) 2) Membuat konsep konten yang menarik dalam promosi 3) Membuat konten planning : Feeds, Story, Video Ig reals, Video Tiktok

Tabel 4. 4 Tabel Program Kerja keempat Iluna Florist

a) Kendala

Kendala yang terdapat pada capaian target tersebut kurangnya bahan konten untuk menjalankan schedule planning yang sudah ditentukan

b) Solusi

Solusi yang harus dilakukan konsisten dalam membuat konten dan bahan promosi agar schedule planning yang sudah ditentukan dapat berjalan secara maksimal

Program	Aktivitas
Melakukan Evaluasi	Mengevaluasi semua aktivitaas

Tabel 4. 5 Tabel Program Kerja Kelima Iluna Florist

a) Kendala

Kendala yang terdapat pada capaian target tersebut masih terdapat *missing* pada tiap capaian target terutama pada aktivitas- aktivitas setiap capaian target

b) Solusi

Solusi yang harus dilakukan menjalankan secara maksimal semua aktivitas dalam capaian target agar capaian target evaluasi mendapatkan data dan laporan yang akurat

Solusi yang penulis usulkan terhadap berbagai permasalahan dalam pelaksanaan program kerja adalah dengan mengulang survei dengan mediasi yang lebih detail dan komprehensif, memasukkan informasi yang lebih luas tentang pemanfaatan media sosial, pengenalan produk serta pengiriman produk secara online. Meningkatkan potensi pangsa pasar secara terukur dan terencana dengan mengoptimalkan media sosial, membuat konten yang konsisten dan tepat waktu, serta menerapkan pendataan detail setiap saham yang diperdagangkan, termasuk waktu, identitas, dan volume produksi. Oleh karena itu, bisnis tersebut dimaksudkan sebagai sarana bagi penulis untuk berkembang dan menghasilkan keuntungan, baik secara pribadi maupun publik.

B. Saran

Perlunya evaluasi terhadap proses memulai suatu usaha tentunya menjadi solusi untuk membangun suatu kegiatan yang efektif dan teratur. Untuk memaksimalkan program pembentukan bisnis di masa depan, menetapkan strategi pemasaran yang komprehensif seperti merencanakan kegiatan pemasaran dalam program pemasaran, melakukan evaluasi secara berkala dan membangun kapasitas bisnis merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam berbisnis. Mulai Perusahaan.

Mengenai saran-saran yang dapat diberikan kedepannya demi efektivitas pelaksanaan program kerja di bidang pemasaran, yaitu untuk pengelolaan media pemasaran yang optimal dan terukur, seperti Membuat konten media sosial yang menyesuaikan tren konsumen, meningkatkan interaksi secara teratur dan berkesinambungan, sehingga jumlahnya semakin meningkat. untuk pengembangan pemasaran dalam membangun brand awareness dan mengelola target dengan potensi pasar sebesar-besarnya.

Mendelegasikan dan mengkoordinasikan tugas adalah hal yang paling penting dalam kerja sama tim, namun saling menekankan tugas juga tidak boleh dibiarkan begitu saja. Perlu dilakukan perbandingan lagi dan sebagai bahan

pembelajaran tambahan untuk mengetahui apakah badan usaha sejenis sudah ada. Selain itu, komunikasi yang lebih intensif dengan mentor, guru, dan teman-teman yang lebih mengetahui tentang memulai bisnis merupakan hal yang perlu ditingkatkan kedepannya, baik bagi tim kami maupun bagi saya sebagai penulis.

DAFTAR PUSTAKA

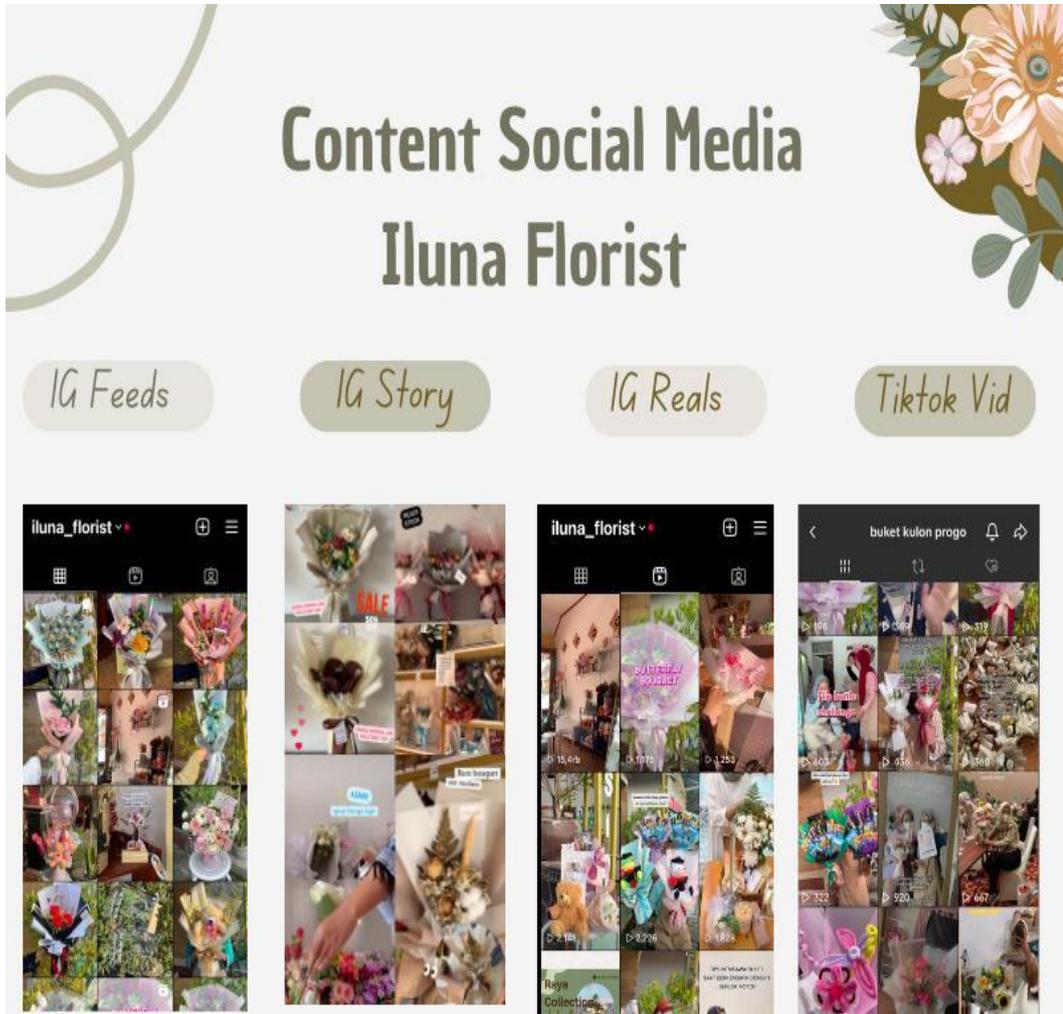
- Adiandari, A. M., Agung, G. P., Goca, W., Putri, N. P., & Wijyanthi, A. (2022). *Inovasi Dried Flower untuk Kemandirian Ekonomi Perempuan* (Vol. 4, Issue 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Aji, P., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91-104. doi: 10.5267/j.ijdns.2020.3.002
- Astuti, B., & Putri, A. P. (2018). Analysis on the effect of Instagram use on consumer purchase intensity. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 24-38.
- Chakti GA (2019) The book of digital marketing. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Copeland, L. R., & Zhao, L. (2020). Instagram and theory of reasoned action: US consumers influence of peers daring and purchase intention. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 13(3), 265-279. doi: 10.1080/17543266.2020.1783374
- Dalam Bidang, A., & Alam, S. (n.d.). *PERENCANAAN BISNIS (BUSINESS PLAN)*.
- Kotler P, Kartajaya H & Setiawan I (2017) Marketing 4.0: moving from traditional to digital. Amerika Serikat: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). New Jersey: Pearson Education
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (n.d.). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa*.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2656–6265.
- Pandrianto N & Sukendro GG (2018) Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10: 167-176.
- PERAN RISET PEMASARAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJEMEN*. (n.d.).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Sanawir B & Iqbal M (2018) Kewirausahaan. Malang: UB Press.

STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH BUKET BUNGA PRINCESS FLORIST PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi kasus pada UD. Princess Florist). (n.d.).

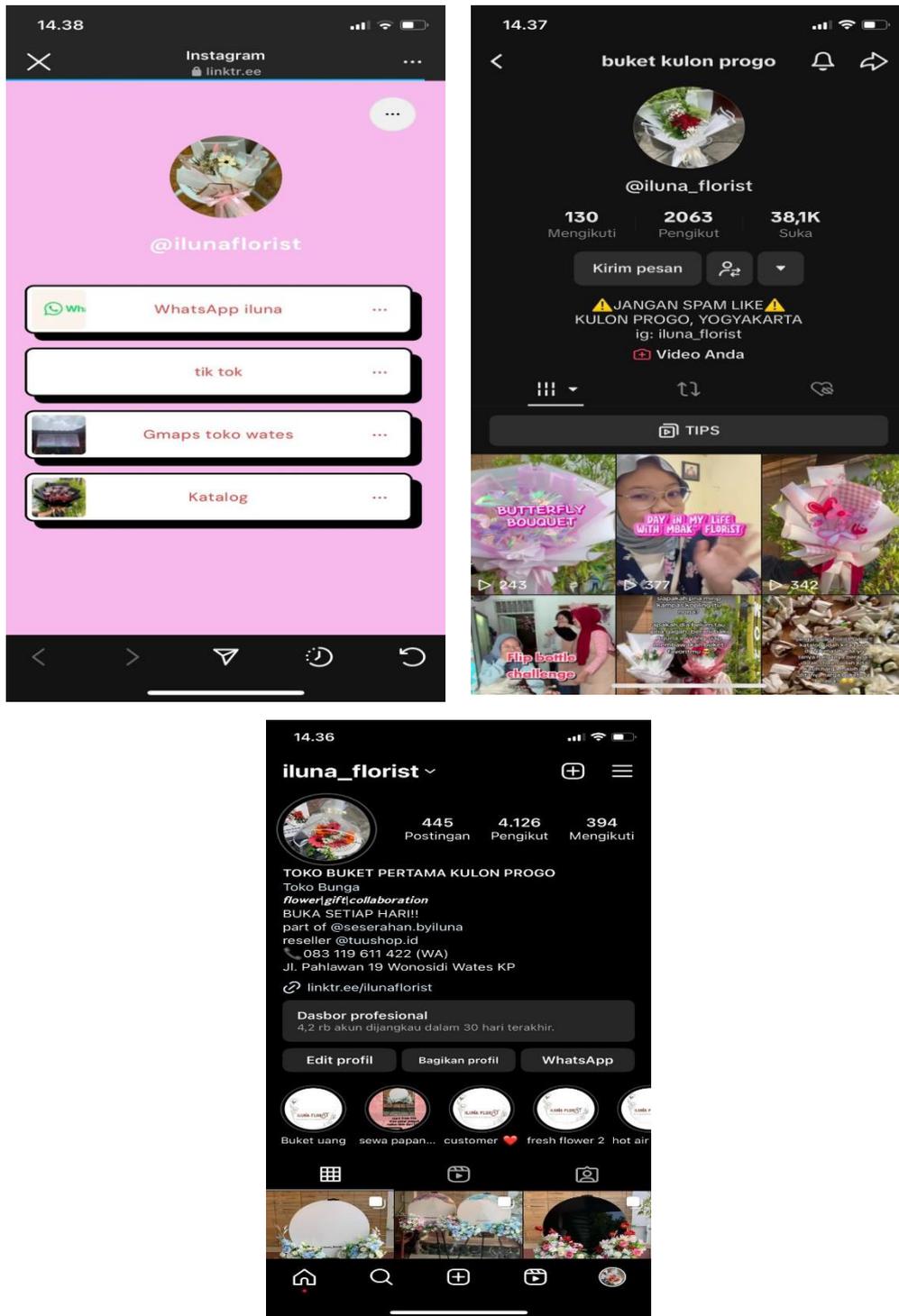
Teo, L. X., Leng, H. K., & Phua, Y. X. P. (2019). Marketing on Instagram: Social influence and image quality on perception of quality and purchase intention. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2), 321-332. doi: 10.1108/IJSMS-04-2018-0028

Wiwitan, T. (n.d.). *Strategi Rebranding PT Kazee Digital Indonesia Studi Kasus Perusahaan Charm menjadi PT Kazee Digital Indonesia Rebranding Strategy PT Kazee Digital Indonesia (A Case Study Rebranding Strategy Charm Company into PT Kazee Digital Indonesia).*

Lampiran 1. Desain Konten Pemasaran



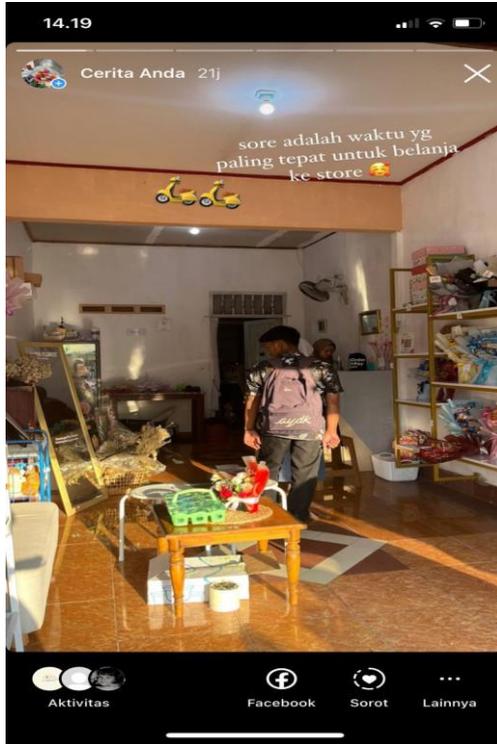
Lampiran 2. Sosial Media Iluna Florist



Lampiran 3. Konten Pemasaran



Lampiran 4. Foto Kegiatan



Kondisi Toko Sore Hari



Desain New Packing

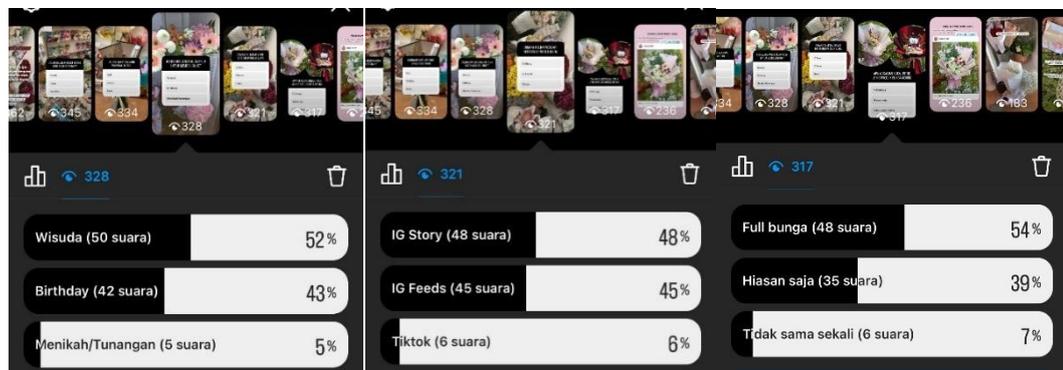
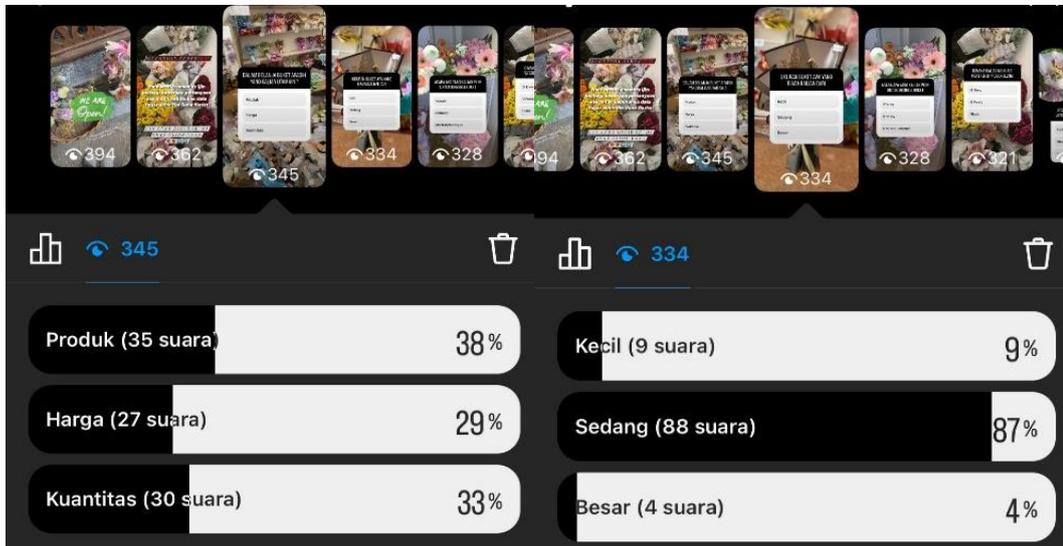


Stock Bunga Palsu



Perawatan Bunga Asli

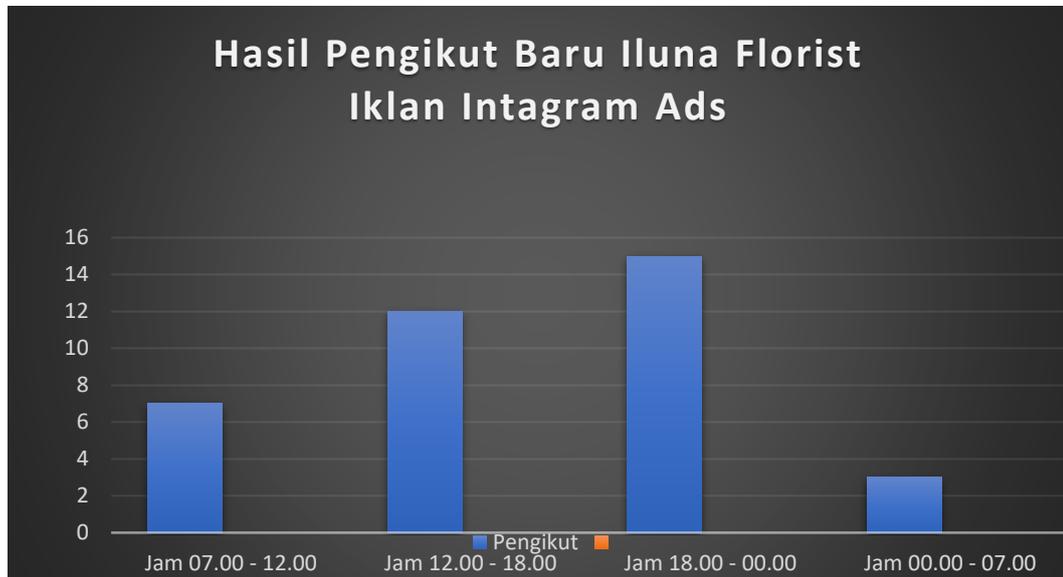
Lampiran 5. Formulir Survei



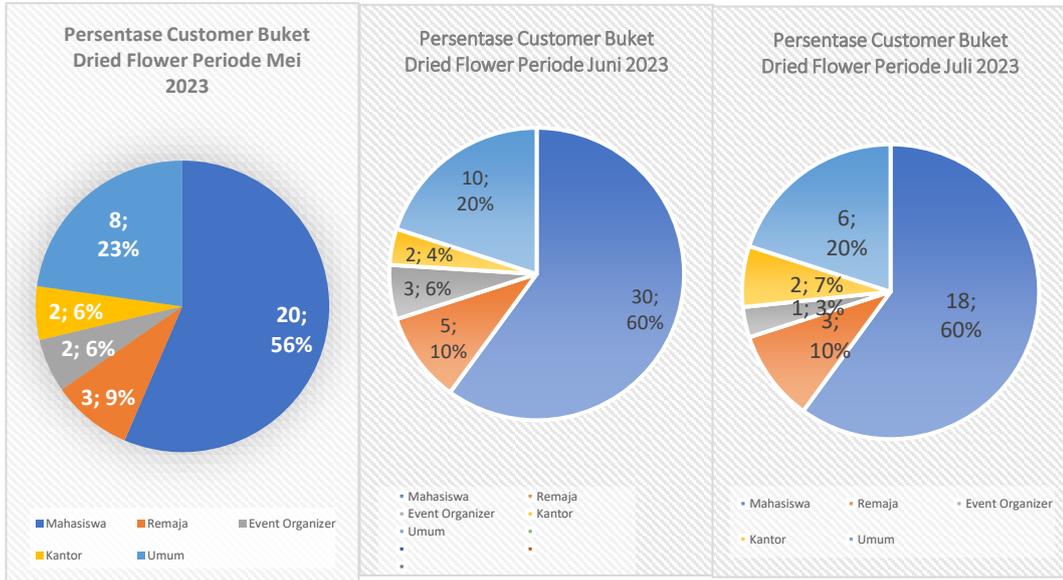
Lampiran 6. Target Audiens Instagram Ads



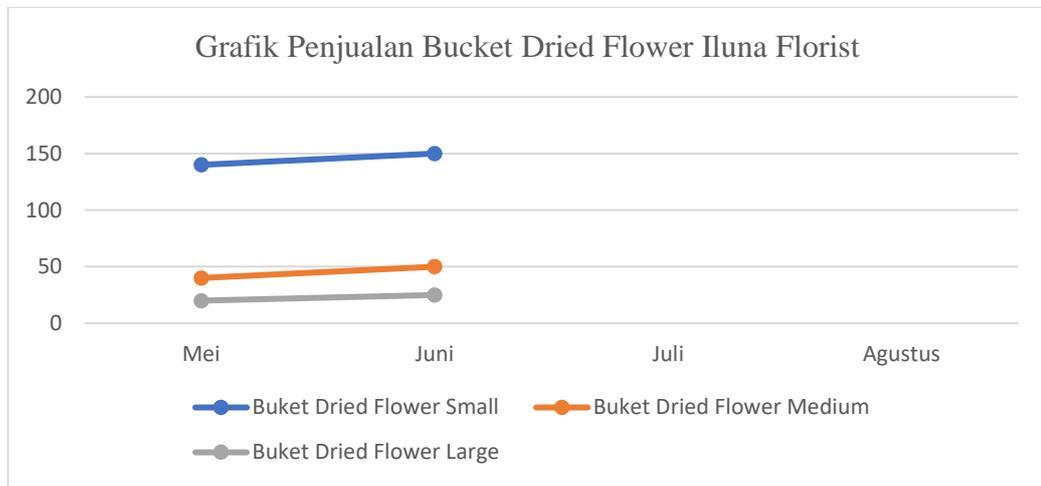
Lampiran 7. Kurva Pengikut Baru Sosial Media Ilun Florist dalam 1 x 24 jam



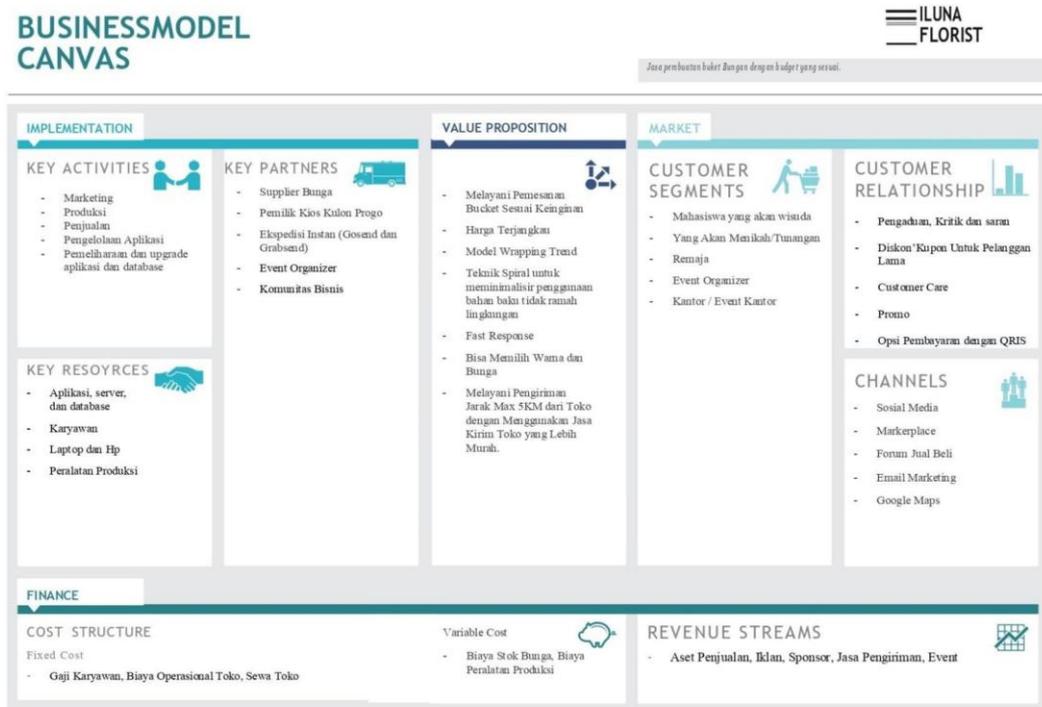
Lampiran 8. Presentase Costumer Bucket Periode Mei-Juli 2023



Lampiran 9. Grafik Penjualan Bucket Dried Flower Iluna Florist



Lampiran 10. Business Model Canvas Iluna Florist



Lampiran 11. Lembar Hasil Cek Plagiasi



Direktorat Perpustakaan Universitas Islam Indonesia
Gedung Moh. Hatta
Jl. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext.2301
F. (0274) 898444 psw.2091
E. perpustakaan@uii.ac.id
W. library.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 2160591840/Perpus./10/Dir.Perpus/I/2023

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini, menerangkan Bahwa:

Nama : Amanah Faturrahma
Nomor Mahasiswa : 19423018
Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.
Fakultas / Prodi : Ilmu Agama Islam/ Ekonomi Islam
Judul Karya Ilmiah : Iluna Florist: Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower (Aspek Pemasaran)

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **20 (Dua Puluh) %**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9/8/2023

Direktur



Muhammad Jamil, SIP.