

**LAPORAN AKHIR BISNIS  
FLORAL PIXEL (KARANGAN BUNGA VIRTUAL)**



**Disusun oleh:**

**Syavia Salsabila Az-Zahra (20211012)**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2025**

**FLORAL PIXEL ( KARANGAN BUNGA VIRTUAL)**

**Laporan Penelitian Terapan**

**Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia**

**Syavia Salsabila Az-Zahra**

**20211012**

**Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan  
Fakultas Bisnis Dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**FLORAL PIXEL ( KARANGAN BUNGA VIRTUAL)**



**Nama** : Syavia Salsabila Az-Zahra  
**No. Mahasiswa** : 202011012  
**Program Studi** : Bisnis Digital

*Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing*

pada tanggal: 03 Januari 2025  
.....

**Dosen Pembimbing**

(Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc.)

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 30 Januari 2025

Penulis,

Syavia Salsabila Az-Zahra



**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN  
LAPORAN AKHIR BISNIS**

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan  
Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital,  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

**Nama** : Syavia Salsabila Az-Zahra  
**No. Mahasiswa** : 20211012  
**Program Studi** : Bisnis Digital

Yogyakarta, 11 Februari 2025

Disahkan oleh:

Penguji 1: Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Penguji 2: Andriyastuti Suratman, S.E., M.M.



Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., M.M.)



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Universitas Islam Indonesia  
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 885376  
F. (0274) 882589  
E. fbe@uii.ac.id  
W. fbe.uii.ac.id

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Ganjil 2024/2025, hari Selasa, 11 Februari 2025, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **Tugas Akhir** yang disusun oleh :

Nama : Syavia Salsabila Az-Zahra  
NIM : 20211012  
Judul : Laporan Akhir Bisnis Floral Pixel (Karangan Bunga Virtual)  
Dosen Pembimbing : Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

**LULUS / ~~TIDAK LULUS~~**

Nilai : **A**

Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji

Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Andriyastuti Suratman, S.E., M.M.

Mengetahui  
Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Kaprosdi D4 Bisnis Digital



Andriyastuti Suratman, S.E., M.M.

## **ABSTRAK**

Tugas akhir ini membahas pengembangan Floral Pixel, sebuah bisnis digital yang menawarkan layanan karangan bunga virtual sebagai solusi inovatif dan ramah lingkungan dalam menyampaikan ucapan dan perasaan. Produk ini memanfaatkan media sosial dan teknologi videotron untuk memberikan pengalaman personal dan kreatif kepada pelanggan tanpa menghasilkan limbah fisik. Perancangan bisnis dilakukan dengan pendekatan Business Model Canvas yang mencakup strategi pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital. Hasil implementasi menunjukkan bahwa model bisnis ini mampu menarik minat pasar dan memiliki potensi untuk berkembang di era digital yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan. Floral Pixel diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan bisnis kreatif berbasis digital dan berwawasan lingkungan.

Kata Kunci: karangan bunga virtual, bisnis digital, videotron, pemasaran digital, keberlanjutan

## **ABSTRACT**

This final project explores the development of Floral Pixel, a digital business offering virtual flower arrangements as an innovative and eco-friendly way to express messages and emotions. The product utilizes social media and videotron technology to create a personalized and creative experience for customers without generating physical waste. The business was designed using the Business Model Canvas approach, covering strategies in marketing, operations, human resources, finance, and the use of digital technology. The implementation shows that this business model has strong market appeal and potential for growth in a digitally connected and sustainability-aware society. Floral Pixel is expected to serve as a reference for creative digital business development with an environmental focus.

Keywords: virtual flower arrangement, digital business, videotron, digital marketing, sustainability

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis dengan judul “Floral Pixel (*Karangan Bunga Virtual*)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam senantiasa saya haturkan pada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman yang kita harapkan akan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam melakukan penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, saya menerima berbagai bantuan, saran, serta dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya memohon izin untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, yaitu kepada:

1. Orang tua serta keluarga tercinta yang telah memberikan semangat serta mendoakan selama proses pembuatan laporan ini,
2. Bapak Arief Darmawan, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia,
3. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan akhir proyek bisnis ini,

4. Sahabat saya, Syafiq Multazam Syafa yang sudah senantiasa menemani dan memberikan dorongan selama ini,
5. Teman-teman Bisnis Digital Angkatan 2020, dan semua pihak yang telah membantu dan menemani yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
6. Teman-teman tim Floral Pixel yang selama ini dapat bekerjasama dengan baik, sehingga dapat tersusun nya laporan ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses saya, dan besar harapan saya agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi saya sendiri khususnya dan bagi pihak lain yang membutuhkan pada umumnya.

## DAFTAR ISI

<b>LAPORAN AKHIR BISNIS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Analisis Lingkungan.....	3
<b>BAB II DESKRIPSI BISNIS.....</b>	<b>5</b>
2.1 Profil Bisnis .....	5
2.2 Model Bisnis ( <i>Business Model Canvas</i> ).....	8
2.3 Aspek Pemasaran.....	13
2.3.1 Strategi STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) .....	13
2.3.2 <i>Marketing Mix (7P)</i> .....	14
2.4 Aspek Operasional.....	16
2.4.1 Rencana Desain Produk .....	16
2.4.2 Ketepatan Lokasi .....	18
2.4.3 Kapasitas Produksi.....	18

2.4.4	Proses Produksi.....	18
2.4.5	Rancangan Kualitas Produk.....	20
2.5	Aspek Sumber Daya Manusia .....	20
2.5.1	Kebutuhan Tenaga Kerja .....	20
2.5.2	Kualifikasi Pekerjaan.....	22
2.5.3	Sistem perekrututan.....	24
2.5.4	Sistem penilaian kerja.....	24
2.5.5	Rencana Sistem Penggajian/Kompensasi .....	25
2.6	Aspek Keuangan.....	25
II.6.1	Sumber Pendanaan.....	25
II.6.2	Rancangan Biaya Produksi .....	26
II.6.3	Rancangan Biaya Tenaga Kerja.....	27
II.6.4	Rancangan Harga Pokok Produksi .....	28
II.6.5	Rancangan Penjualan.....	28
II.6.6	Rancangan Harga Jual Produk.....	29
II.6.7	Aspek Teknologi Digital.....	30
<b>BAB III</b>	<b>LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS .....</b>	<b>31</b>
3.1	Profil Bisnis .....	31
3.2	Tinjauan Aspek Pemasaran .....	32
3.3	Tinjauan Aspek Operasi/Produksi .....	37
3.3.1	Proses Produksi.....	37
3.3.2	Hasil Produk .....	38
3.4	Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia .....	40

3.4.1	Jumlah Tenaga Kerja dan Struktur Organisasi .....	40
3.4.2	Sistem Penggajian/Kompensasi .....	42
3.5	Tinjauan Aspek Keuangan.....	43
3.5.1	Penjualan.....	43
3.5.2	Laporan Laba Rugi .....	45
3.5.3	Neraca .....	45
3.5.4	Laporan Arus Kas .....	45
3.6	Tinjauan Aspek Teknologi Digital .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH .....</b>	<b>52</b>
4.1	Identifikasi Masalah .....	52
4.2	Bidang Pemasaran .....	52
4.3	Bidang Operasi/Produksi.....	53
4.4	Bidang Sumber Daya Manusia.....	53
4.5	Bidang Keuangan .....	53
4.6	Bidang Teknologi Digital.....	54
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT.....</b>	<b>56</b>
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Tindak Lanjut.....	56
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Matriks SWOT Floral Pixel .....	4
Tabel 2.1 Rancangan Baiya Produksi Floral Pixel.....	26
Tabel 2.2 Rancangan Biaya Overhead .....	27
Tabel 2.3 Rancangan Biaya Tenaga Kerja.....	27
Tabel 2.4 Rancangan HPP Floral Pixel.....	28
Tabel 2.5 Rencana Penjualan Floral Pixel .....	29
Tabel 2.6 Rancangan Harga Jual Produk .....	30
Tabel 3.1 Deskripsi Pekerjaan.....	41
Tabel 3.2 Penjualan Produk Floral Pixel.....	43
Tabel 3.3 Biaya Produksi Floral Pixel .....	44
Tabel 3.4 Laporan Laba Rugi.....	45
Tabel 3.5 Laporan Arus Kas .....	46
Tabel 3.6 Neraca Saldo .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Floral Pixel .....	10
Gambar 2.2 Contoh Desain Karangan Bunga 1 Floral Pixel .....	17
Gambar 2.3 Contoh Desain Karangan Bunga 2 .....	17
Gambar 2.4 Alur Produksi Floral Pixel.....	19
Gambar 2.5 Rancangan Struktur Organisasi Floral Pixel .....	21
Gambar 3.1 Logo Floral Pixel.....	31
Gambar 3.2 Akun Instagram Floral Pixel .....	33
Gambar 3.3 Akun Whatsapp Floral Pixel .....	33
Gambar 3.4 Postingan Feed Floral Pixel.....	34
Gambar 3.5 Contoh Sampah Karangan Bunga Fisik .....	35
Gambar 3.6 <i>Pricelist</i> Floral Pixel.....	37
Gambar 3.7 Hasil Desain Karangan Bunga Virtual Floral Pixel .....	39
Gambar 3.8 Karangan Bunga Virtual Ditampilkan Pada Videotron Floral Pixel..	39
Gambar 3.9 Struktur Bisnis Karangan Bunga Virtual .....	41
Gambar 3.10 Tampilan Whatsapp bussines Floral Pixel .....	48
Gambar 3.11 Tampilan Instagram Floral Pixel.....	49
Gambar 3.12 Tampilan Highlight Instagram Floral Pixel .....	50
Gambar 3.13 Tampilan Adobe After Effect.....	51
Gambar 3.14 Tampilan Canva Pro Design .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Laporan Aktivitas Dibulan Juli.....	59
Lampiran 2 Lampiran Aktivitas Dibulan Agustus .....	60
Lampiran 3 Laporan Aktivitas Dibulan September .....	61
Lampiran 4 Pengecekan Layouting Videotron Di Venue .....	62
Lampiran 5 Pengecekan Layouting TV Di Venue .....	63

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era digital yang terus berkembang, cara kita menyampaikan perasaan dan emosi juga mengalami transformasi yang signifikan. Salah satu inovasi terbaru dalam bidang hadiah dan ungkapan kasih sayang adalah karangan bunga virtual. (Andrew, 2018). Karangan bunga virtual menawarkan solusi modern bagi individu yang ingin memberikan hadiah istimewa tanpa batasan fisik dan geografis. Melalui teknologi digital. Floral Pixel memperkenalkan karangan bunga virtual yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengkustomisasi, dan mengirimkan karangan bunga digital yang indah dan unik. Layanan ini tidak hanya memudahkan pengiriman, tetapi juga memberi kesempatan untuk menyampaikan pesan yang lebih personal dan kreatif.

Selain itu karangan bunga virtual ini merupakan produk yang ramah lingkungan, Di Yogyakarta sendiri sampah telah menjadi sorotan utama, sampah telah menjadi pemandangan yang banyak ditemui di sepanjang jalanan Yogyakarta. (Daeng, 2024). Dengan meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan pengurangan limbah, karangan bunga virtual menjadi alternatif yang ramah lingkungan dibandingkan dengan bunga fisik.

Proposal ini bertujuan untuk menggambarkan visi, misi, dan strategi bisnis dalam mengembangkan layanan karangan bunga virtual. Dengan memanfaatkan teknologi dan kreativitas, karangan bunga virtual dapat menjadi solusi yang relevan dan menarik bagi masyarakat modern. Dengan demikian, Floral Pixel ingin menjadi

pilihan utama dalam menyampaikan ungkapan kasih sayang dan perhatian di berbagai kesempatan.

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia telah mengalami perubahan signifikan akibat kemajuan teknologi dan perkembangan digital. Salah satu dampak positif dari transformasi ini adalah munculnya berbagai cara baru untuk berkomunikasi dan mengekspresikan perasaan. (Sherly, 2011). Salah satu ungkapan kasih sayang yang paling umum adalah memberikan bunga. Namun, dengan berbagai tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan fisik, isu keberlanjutan, dan perubahan cara berinteraksi, lahirlah konsep karangan bunga virtual.

Dengan meningkatnya perhatian terhadap isu-isu lingkungan, banyak konsumen yang beralih ke pilihan yang lebih ramah lingkungan. Karangan bunga virtual tidak hanya mengurangi jejak karbon dari pengiriman bunga fisik, tetapi juga menghindari penggunaan bahan-bahan yang tidak dapat terurai.

Dengan semakin banyaknya pengguna internet dan meningkatnya penggunaan media sosial, permintaan untuk produk digital terus berkembang. Karangan bunga virtual, sebagai produk inovatif, memiliki potensi besar untuk menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari generasi muda hingga profesional yang sibuk.

Dengan latar belakang ini, bisnis karangan bunga virtual tidak hanya relevan, tetapi juga berpotensi untuk menjadi solusi yang menarik dan inovatif dalam menyampaikan perasaan kasih sayang dan perhatian. Dengan pendekatan yang tepat, layanan ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen di era digital saat ini.

## 1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan adalah teknik strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan Perusahaan. Analisis SWOT diperlukan untuk menganalisis kondisi internal maupun eksternal suatu bisnis untuk merancang strategi bisnis. Hal yang perlu diidentifikasi dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). (Sulistiani, 2014). Analisis SWOT terdiri dari 4 komponen, yaitu:

- 1) *Strengths* (S) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi keunggulan dari bisnis atau ide yang dijalankan,
- 2) *Weaknesses* (W) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi kelemahan dari bisnis atau ide yang dijalankan,
- 3) *Opportunities* (O) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi peluang untuk kelancaran kegiatan bisnis yang berasal dari lingkungan eksternal,
- 4) *Threats* (T) adalah situasi atau kondisi yang bisa menjadi ancaman untuk kelancaran kegiatan bisnis yang berasal dari lingkungan eksternal.

Hasil analisis matriks SWOT yang telah dilakukan oleh FLORAL PIXEL ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel I.1 Analisis Matriks SWOT Floral Pixel**

	<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovatif dan sesuai dengan tren digital.</li> <li>2. Ramah lingkungan dan mengurangi jejak karbon.</li> <li>3. Fleksibilitas dalam desain dan personalisasi.</li> <li>4. Kemudahan akses melalui platform online.</li> </ol>	<p><b>Weakness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya pengalaman di pasar. Persepsi negatif terhadap nilai karangan bunga virtual dibandingkan dengan bunga fisik.</li> </ol>
<p><b>Opportunity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya tren pengiriman hadiah digital.</li> <li>2. Peluang kolaborasi dengan event organizer dan influencer.</li> <li>3. Ekspansi ke pasar internasional.</li> <li>4. Adopsi teknologi baru seperti augmented reality.</li> </ol>	<p><b>Strategi SO (Strengths Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berinovasi dengan mengadopsi teknologi Augmented Reality</li> <li>2. Pemesanan yang mudah dan praktis melalui akun media sosial Floral Pixel.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO (Weakness Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media sosial yang aktif, testimonial, dan ulasan positif untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan, terutama karena pelanggan tidak membeli barang fisik.</li> <li>2. Karena calon pelanggan tidak bisa menyentuh atau melihat fisik karangan bunga sebelum membeli. Floral Pixel bisa mengatasi ini dengan menampilkan preview visual berkualitas tinggi dan demo.</li> </ol>
<p><b>Threat</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan yang ketat dari bisnis sejenis dan alternatif lain.</li> </ol>	<p><b>Strategi ST (Strengths Threats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering memberi edukasi mengenai karangan bunga virtual di sosial media, terlebih ini adalah produk yang masih baru di kalangan umum</li> <li>2. Membuat design yang lebih menarik dari kompetitor.</li> </ol>	<p><b>Strategi WT (Weakness-Threats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah kegiatan pemasaran melalui berbagai cara seperti pemasaran dari mulut kemulut, melalui event organizer dan pemasar melalui berbagai macam media sosial.</li> <li>2. Mengatasi ancaman harga kompetitor dengan strategi harga yang lebih fleksibel, seperti menawarkan diskon pada momen tertentu atau paket harga menarik untuk pelanggan setia, sambil memperbaiki manajemen biaya internal agar tetap kompetitif.</li> </ol>

## **BAB II**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **2.1 Profil Bisnis**

Floral Pixel (Karangan Bunga Virtual), adalah bisnis berbasis layanan digital yang menyajikan karangan bunga *virtual* yang memadukan elemen kreativitas dengan teknologi digital. Produk yang dihasilkan berupa desain visual yang dapat dikustomisasi dan dikirim secara online. Berikut adalah profil usaha dari Floral Pixel Karangan Bunga Virtual.

##### **a. Nama**

Nama usaha yang akan dijalankan yaitu Floral Pixel, yang memiliki makna Bunga yang terbentuk dari satuan pixel (*picture element*).

##### **b. Lokasi**

Karena usaha ini berbasis digital usaha ini tidak memiliki lokasi yang menetap.

##### **c. Bidang kegiatan/usaha dan produk yang dihasilkan**

Bidang kegiatan usaha yang dijalankan yaitu bidang *layanan berbasis digital*. Spesifikasinya yaitu pada penjualan produk *karangan bunga digital*.

##### **d. Target Pasar**

Target pasar yang ingin dituju pemangku event seperti pernikahan, baby shower, pemilik bisnis yang akan mengadakan grand opening.

##### **e. Gambaran pesaing**

Terdapat pesaing yang telah menjalankan bisnisnya di Indonesia seperti Digiflora. Namun pelaku bisnis melakukan analisis pada pesaing sehingga

detemukan nilai yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari pesaing bisnis Karangan Bunga Virtual tersebut.

Kekuatan Pesaing:

- 1) Sudah hadir lebih dahulu sehingga memiliki pengikut sosial media yang lebih banyak.
- 2) Sudah memiliki kustomer menetap

Kelemahan Pesaing:

- 1) Tidak memiliki desain yang bervariasi serta tidak menggunakan animasi
- 2) Tidak menggunakan videotron sebagai medianya

**f. Keunggulan/keunikan yang dimiliki**

Berikut adalah beberapa keunggulan karangan bunga virtual dibandingkan karangan bunga fisik:

1) Keuntungan dari untuk pemilik acara

Pembelian Karangan Bunga Virtual oleh tamu undangan 100% akan menjadi pemasukan pemilik acara. Daripada pemilik acara menerima karangan bunga fisik yang akan menimbulkan berbagai masalah keberlanjutan dan tidak menguntungkan pemilik acara, karangan bunga virtual ini menjadi solusi dan pemasukan tambahan untuk pemilik acara (klien Floral Pixel).

2) Ramah Lingkungan

Karena tidak ada penggunaan bahan fisik, karangan bunga virtual tidak menghasilkan limbah atau polusi. Ini merupakan pilihan yang lebih *eco-*

*friendly* dibandingkan bunga fisik, yang seringkali dibuang setelah beberapa hari.

### 3) Pengiriman Instan

Karangan bunga virtual dapat dikirim secara instan ke mana saja di dunia melalui platform digital seperti email, media sosial, atau aplikasi pesan instan. Ini memberikan kemudahan bagi orang yang ingin mengirim ucapan selamat atau tanda kasih tanpa harus menunggu waktu pengiriman fisik.

### 4) Personalisasi Tinggi

Dengan desain digital, karangan bunga virtual bisa dipersonalisasi sesuai keinginan, mulai dari warna, gaya, hingga pesan yang disertakan. Ini memberikan kebebasan kreativitas yang lebih besar dibandingkan karangan bunga fisik.

### 5) Tidak Terbatas oleh Ketersediaan Bunga Musiman

Karangan bunga fisik sering kali terbatas pada ketersediaan bunga musiman atau lokal. Dengan karangan bunga virtual, tidak ada batasan musim atau lokasi, sehingga pelanggan bisa memilih desain bunga yang diinginkan kapan saja.

### 6) Mengadopsi teknologi videotron

Karangan Bunga Virtual menggunakan videotron sebagai media untuk menampilkan Karangan Bunga Virtual.

### 7) Tidak Membutuhkan Perawatan

Berbeda dengan bunga fisik yang memerlukan air dan perawatan agar tetap segar, karangan bunga virtual tidak membutuhkan perawatan sama sekali.

Ini menjadikannya pilihan yang lebih praktis, terutama bagi penerima yang tidak ingin repot.

8) Daya Tarik Visual yang Beragam

Karangan bunga virtual dapat menggunakan animasi, efek visual, dan elemen interaktif, atau foto pengirim, yang memberikan pengalaman lebih dinamis dan menarik daripada bunga fisik.

9) Fleksibilitas Waktu

Karangan bunga virtual bisa dibuat dan dikirim kapan saja.

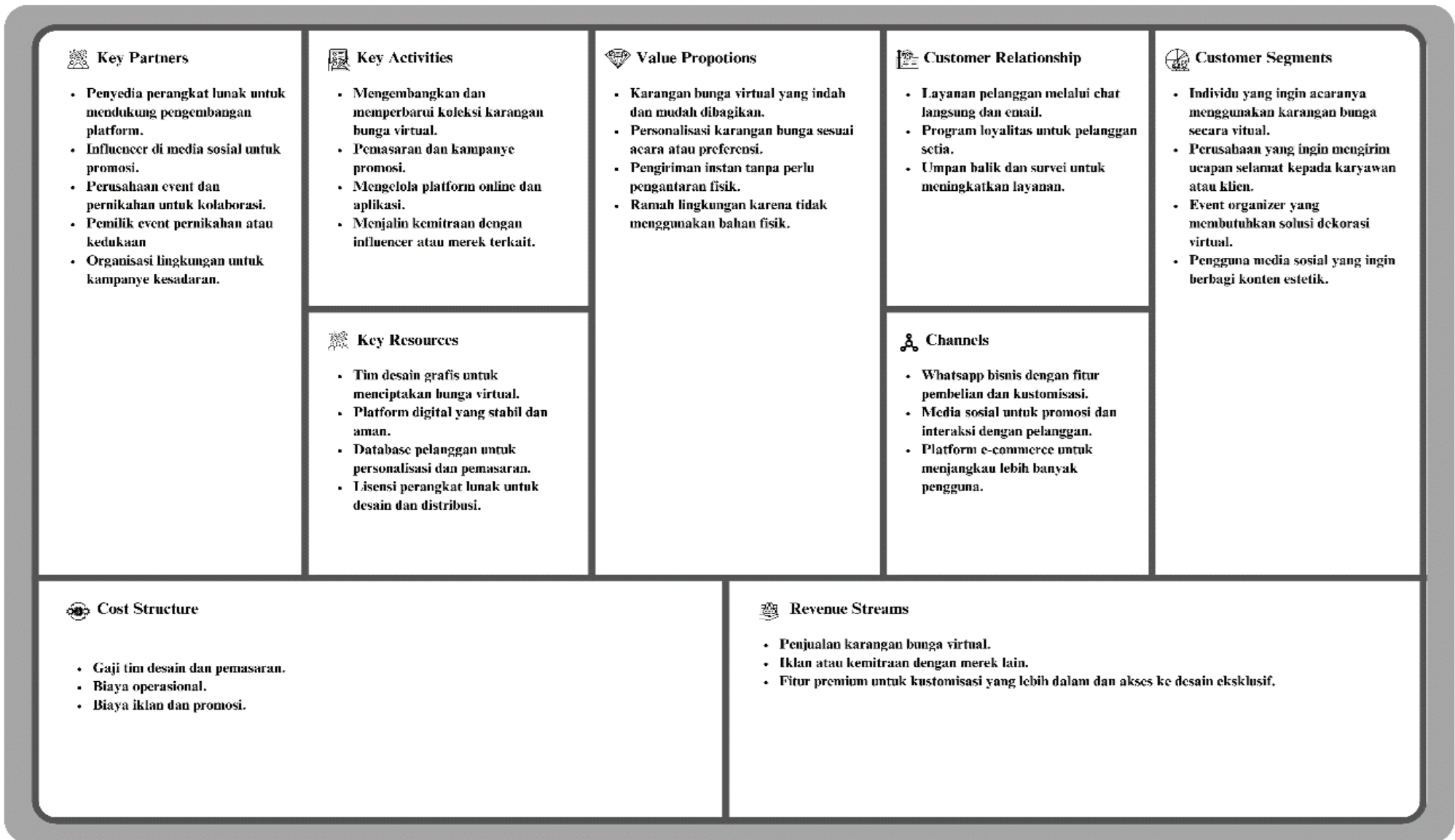
**g. Teknologi yang akan diadopsi dan gambaran lain yang relevan**

Dalam menjalankan bisnis ini, Floral Pixel menerapkan sistem pembayaran Shopee Pay dan bank transfer. Pemasaran juga aktif dilakukan melalui media sosial Floral Pixel, serta menggunakan Whatsapp sebagai alat komunikasi. Floral pixel selalu aktif memberikan informasi dan update terbaru mengenai proses ataupun promosi apa saja yang ada di dalam Floral Pixel. Karangan Bunga Virtual juga ditampilkan melalui media *Videotron*.

**2.2 Model Bisnis (*Business Model Canvas*)**

*Business Model Canvas* (BMC) adalah kerangka kerja visual yang merinci elemen-elemen kunci dalam suatu bisnis. Dengan sembilan komponen, termasuk segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan lainnya, BMC memberikan gambaran singkat dan jelas tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan dan mengambil manfaat dari pelanggan. Pemasaran melibatkan

aktivitas, institusi, dan proses yang menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mengimplementasikan tawaran (offerings) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi baru yang efektif adalah dengan menggunakan Business Model Canvas. Business Model Canvas (BMC) merupakan strategi dalam pengembangan bisnis yang meliputi sembilan elemen yang membahas bagaimana menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis dalam suatu Perusahaan.



Gambar II.1 *Business Model Canvas* (BMC) Floral Pixel

Dengan demikian, model bisnis kanvas memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi baru dan memberikan validasi terhadap berbagai aspek penting dalam perusahaan. BMC disajikan secara visual sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca. BMC ini dibagi menjadi sembilan model utama, yang kemudian terbagi lagi menjadi komponen-komponen kanan, yang bersifat relatif, dan kiri, yang bersifat logis, seperti otak manusia. Business Model Canvas (BMC) adalah model bisnis yang terdiri dari sembilan elemen yang digunakan untuk menjelaskan dan mengubah model bisnis yang digambarkan di kanvas, meliputi segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya (Subiya Atika Triya, Fanji Wijaya, 2024). Gambar 2.1 menyajikan BMC dari Floral Pixel. Di bawah ini dijabarkan setiap poin dari BMC yang dimiliki Floral Pixel.

1. *Customer Segments.*

Segmen konsumen yang ingin dituju oleh Floral Pixel adalah masyarakat umum yang akan mengadakan acara dan penggiat alam, untuk usia konsumen tidak menutup kemungkinan memperluas jangkauan konsumen di semua kalangan usia.

2. *Value Proposition.*

Karangan bunga virtual tidak membutuhkan bahan fisik, sehingga mengurangi limbah bunga dan pengemasan. Ini merupakan alternatif yang ramah lingkungan, cocok bagi pelanggan yang peduli terhadap dampak lingkungan. Karena karangan bunga ini berbentuk visual maka pengirimannya bisa instan menggunakan teknologi digital tanpa perlu

pengiriman fisik.

3. *Channel.*

*Channel* yang digunakan untuk berkomunikasi dengan *audiens* yaitu melalui media sosial seperti, Instagram dan Whatsapp.

4. *Customer Relationships.*

Cara Floral Pixel untuk membangun hubungan dengan *customernya* adalah dengan memberi pelayanan yang ramah dan interaktif serta selalu menerima kritik dan saran yang disampaikan konsumen Floral Pixel.

5. *Revenue streams.*

Pendapatan utama Floral Pixel adalah Penjualan karangan bunga virtual ke pemilik acara, kersjasama dengan vendor *videotron*, serta pembelian paket premium.

6. *Key resources.*

Sumber daya pendukung kegiatan usaha berupa tim desain grafis, daftar pelanggan, platform digital yang stabil dan aman, karyawan dengan kemampuan yang baik dan peralatan produksi.

7. *Key activities.*

Kegiatan Floral Pixel meliputi pengembangan dan penambahan koleksi desain karangan bunga virtual, melakukan promosi dan produksi, melayani pemesanan, dan mengontrol hasil desain karangan bunga virtual di lokasi acara.

8. *Key partners.*

Kerjasama yang dijalin oleh Floral Pixel adalah dengan *Event Organizer*, selain itu juga bekerja sama dengan *vendor videotron*. *Videotron* yang nantinya akan digunakan sebagai media untuk menampilkan karangan bunga virtual.

#### 9. *Cost structure*.

Biaya yang dikeluarkan selama menjalankan bisnis ini diantaranya biaya operasional usaha dan biaya upah karyawan Floral Pixel.

## **2.3 Aspek Pemasaran**

### **2.3.1 Strategi STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)**

Produk Floral Pixel ditujukan kepada seluruh segmen masyarakat, secara khusus adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup, minat, atau kepribadian, seperti orang yang menyukai keindahan visual, seniman, atau mereka yang menghargai estetika digital. Floral Pixel menargetkan untuk pasangan muda atau orang dewasa milenial yang lebih terbiasa dengan interaksi digital dan lebih menyukai memberikan hadiah secara praktis melalui platform virtual. Floral Pixel juga menargetkan orang yang sedang akan memiliki acara seperti pernikahan, kedukaan, dan acara khusus lainnya. Karangan bunga digital ini cocok untuk masyarakat di wilayah perkotaan, karena dengan adanya karangan bunga virtual ini akan mengurangi penumpukan sampah. Dengan memanfaatkan teknologi Floral Pixel memasarkan produk secara online di sosial media seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp Bussines.

### 2.3.2 *Marketing Mix (7P)*

*Marketing Mix*, atau dikenal sebagai 7P dalam pemasaran kontemporer, adalah kerangka strategis yang membantu merancang rencana pemasaran untuk produk atau layanan. 7P ini mencakup berbagai elemen kunci yang perlu diperhatikan untuk menarik serta mempertahankan pelanggan. Berikut adalah uraian mengenai setiap elemen:

#### 1) *Product*

Produk utama adalah Floral Pixel adalah karangan bunga virtual yang ditampilkan secara digital. Beberapa aspek penting terkait produk adalah:

- a. **Desain unik:** Menawarkan berbagai macam desain karangan bunga digital, seperti bunga 3D, animasi, atau video, yang bisa disesuaikan dengan acara tertentu seperti ulang tahun, pernikahan, ucapan selamat, atau belasungkawa.
- b. **Personalisasi:** Fitur untuk menambahkan pesan pribadi, memilih jenis bunga, warna, atau efek khusus sesuai keinginan pelanggan.
- c. **Fleksibilitas format:** Karangan bunga virtual dapat dihadirkan dalam berbagai format digital seperti gambar, animasi, atau video, yang dapat ditampilkan pada TV dan *videotron* dan juga bisa dikirimkan melalui email, media sosial, atau aplikasi pesan.

#### 2) *Price*

Harga Produk Floral Pixel akan di pasarkan dengan harga Rp 75.000,- per desain untuk paket A dan paket B senilai Rp 10.000.000,- untuk pemesanan

paket dengan perangkat videotron ukuran 1x2m. Seluruh pemesanan akan mendapatkan jasa admin dari Floral Pixel.

3) *Place*

Floral Pixel merupakan layanan digital sehingga tidak memiliki lokasi kantor yang menetap, Floral Pixel menggunakan sistem kerja secara online dan dapat dilakukan dimana saja.

4) *Promotion*

Promosi Floral Pixel dari segi offline dengan mempromosikan kepada orang terdekat serta relasi owner yang memiliki usaha *Event Organizer*. Dari segi online Floral Pixel mempromosikan produk melalui sosial media seperti Instagram, Whatsapp Bussines, dan Tiktok. Floral Pixel juga melakukan promosi produk menggunakan Ads.

5) *People*

Faktor manusia dalam bisnis karangan bunga virtual mencakup:

- a. Desainer grafis: Orang yang bertanggung jawab untuk menciptakan desainkarangan bunga yang menarik dan sesuai tren.
- b. Tim *customer service*: Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, membantu mereka memilih desain, menangani masalah teknis, dan menerima permintaan personalisasi.
- c. Tim pemasaran: Mengelola promosi, Ads, dan berinteraksi dengan komunitas online.

6) *Physcal Evidence*

Hasil Produk karangan bunga virtual di tampilkan pada instagram dan

google drive sebagai portofolio, feed konten serta susunan file pada Google drive dibuat se menarik mungkin. Floral Pixel memberikan resolusi file yang tinggi dan tampilan visual yang indah untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penerima. Untuk meyakinkan calon klien, testimoni kepuasan pelanggan ditampilkan pada platform instagram dan whatsapp bussiness.

#### 7) *Process*

Floral Pixel memberikan pelayanan kepada klien dengan cepat dan mudah. Kesempatan juga diberikan pada klien untuk revisi pada desain yang kurang sesuai. Pembelian oleh tamu undangan klien juga dapat di pesan secara instan walaupun di hari H acara.

## **2.4 Aspek Operasional**

### **2.4.1 Rencana Desain Produk**

Rencana desain produk adalah strategi terperinci yang menggambarkan langkah-langkah yang harus diambil dalam merancang dan mengembangkan produk baru. Tujuan dari rencana ini adalah untuk memastikan bahwa semua aspek pengembangan produk diperhitungkan dengan baik, guna mengurangi potensi risiko dan meningkatkan kemungkinan keberhasilan di pasar. Produk karangan bunga virtual ini akan menawarkan berbagai pilihan desain dan tema yang dapat disesuaikan oleh pengguna. Spesifikasi visual meliputi:

- a. Jenis Bunga: Pengguna dapat memilih dari beragam jenis bunga, seperti mawar, tulip, lili, anggrek, dan bunga-bunga lainnya.

- b. Warna: Opsi warna bunga dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna atau tema acara.
- c. Aksesoris Tambahan: Seperti pipa digital, vas, atau elemen dekoratif lain yang dapat mempercantik tampilan karangan bunga.



Gambar II.2 Contoh Desain Karangan Bunga 1 Floral Pixel



Gambar II.3 Contoh Desain Karangan Bunga 2

### **2.4.2 Ketepatan Lokasi**

Floral Pixel merupakan produk layanan berbasis digital sehingga memungkinkan tim untuk kerja dari mana saja. Maka dari itu Floral Pixel tidak memiliki lokasi yang tepat. Pelanggan dapat mengakses dan memesan melalui media sosial. Tim Floral Pixel dapat bekerja dari rumah ataupun dari *coffeshop*, hal ini dapat menghindari biaya sewa atau pembelian lahan, serta mengurangi biaya operasional.

### **2.4.3 Kapasitas Produksi**

Floral Pixel menyediakan beberapa pilihan desain untuk dipilih oleh klien, klien dapat mengkustomisasi warna, pilihan bunga, dan animasi. Setiap desain hanya digunakan untuk satu klien. Ini bertujuan agar klien merasa spesial.

### **2.4.4 Proses Produksi**

Proses produksi karangan bunga virtual melibatkan sejumlah tahapan, dari perencanaan hingga peluncuran produk di platform digital. Berikut adalah langkah-langkah proses produksi karangan bunga virtual. Proses ini melibatkan berbagai langkah, tergantung pada pilihan desain dan tingkat kesulitan.

- 1) Brainstorming dengan klien

Hal ini dilakukan agar mengetahui apa yang di inginkan klien, seperti pilihan desain dan warna dasar karangan bunga, karena hal ini harus selaras dengan dekorasi acara.

- 2) Membuat desain sampel

Pembuatan desain sampel ini bertujuan untuk memberikan gambaran desain kepada klien untuk di produksi secara masa.

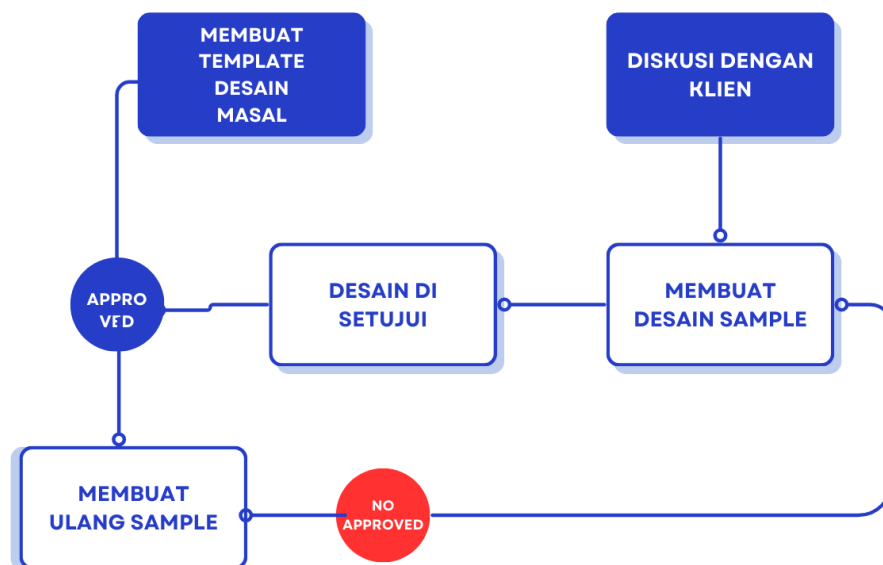
3) Pembuatan ulang sampel

Jika desain sampel yang dibuat kurang sesuai dengan yang diinginkan klien, desain akan dibuat ulang hingga sesuai dengan keinginan klien.

4) Membuat template desain secara masal

Setelah desain di setuju oleh klien Floral Pixel akan memproduksi desain secara masal, yang nantinya dapat di *order* oleh tamu undangan klien.

## Alur Produksi Floral Pixel



Gambar II.4 Alur Produksi Floral Pixel

### **2.4.5 Rancangan Kualitas Produk**

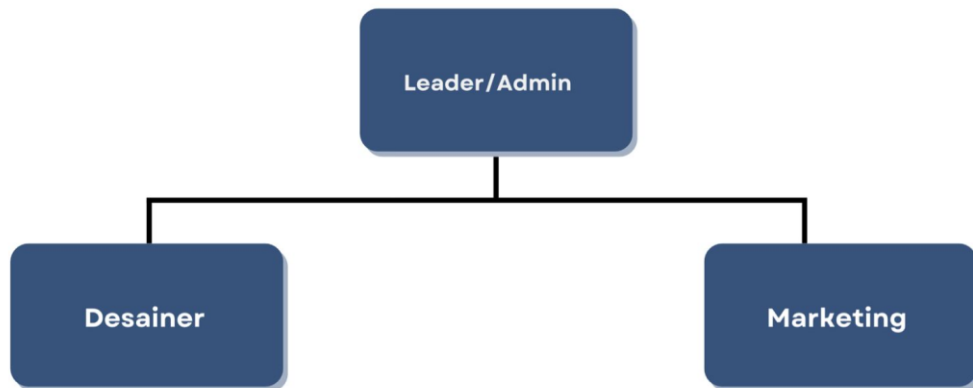
Dalam menjaga kualitas produk, Floral Pixel memperhatikan beberapa hal berikut:

- 1) Kualitas video yang tinggi, agar saat ditampilkan dalam media yang besar seperti TV dan videotron video karangan bunga virtual tidak pecah.
- 2) *Update* dengan warna warna yang sedang *trend*
- 3) Template video dibuat khusus untuk setiap klien, dengan desain yang berbeda antara satu pelanggan dan pelanggan lainnya, sehingga klien merasa istimewa.
- 4) Elemen dan animasi unik digunakan untuk memastikan karangan bunga virtual tidak membosankan untuk dilihat.

## **2.5 Aspek Sumber Daya Manusia**

### **2.5.1 Kebutuhan Tenaga Kerja**

Floral Pixel karangan bunga virtual membutuhkan tenaga kerja yang dapat mendukung operasionalisasi bisnisnya. Untuk itu, struktur organisasi untuk bisnis Floral Pixel karangan bunga virtual dapat dirancang dengan cara yang efisien untuk mendukung operasi digital serta memastikan alur kerja yang lancar. Karena bisnis ini berbasis digital, struktur organisasinya bisa lebih fleksibel dan berfokus pada teknologi serta kreativitas. Rancangan struktur organisasi untuk bisnis karangan bunga virtual pada Gambar 2.5.



**Gambar II.5 Rancangan Struktur Organisasi Floral Pixel**

Masing-masing posisi pada struktur organisasi memiliki deskripsi kegiatan sebagai berikut.

- 1) *Leader*, Bertanggung jawab atas visi, strategi, dan arah keseluruhan bisnis. Mengawasi semua fungsi bisnis dan memastikan semua elemen organisasi berjalan sesuai rencana. Mengelola keuangan perusahaan, termasuk pemantauan pengeluaran, pendapatan, dan penggajian. Mereka juga bertanggung jawab dalam pengelolaan anggaran pemasaran dan operasional.
- 2) *Desainer*, Bertanggung jawab untuk menciptakan karangan bunga digital yang menarik, baik dalam format gambar, animasi, maupun video. Mereka merancang sesuai permintaan pelanggan atau acara tertentu.
- 3) *Admin*, Menyediakan layanan pelanggan untuk menjawab pertanyaan, menangani komplain, dan memastikan proses pembelian serta pengiriman berjalan dengan baik. Menangani hubungan dengan pelanggan dan

membantu mereka dalam memilih atau mempersonalisasi produk dan juga bertugas memastikan pelanggan puas dengan layanan yang diberikan.

- 4) *Marketing*, Mengelola akun media sosial, membangun interaksi dengan audiens, dan mempromosikan produk karangan bunga virtual melalui postingan visual yang menarik.

Tenaga kerja tambahan disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Floral Pixel menambahkan tenaga kerja bila tersapat kondisi seperti, jumlah pesanan desain melebihi kapasitas kemampuan desain grafis dan bagian admin yang dibutuhkan berdasarkan jumlah *project*.

### **2.5.2 Kualifikasi Pekerjaan**

#### a. Leader

1. Kemampuan manajerial yang baik untuk mengelola tim dan proyek.
2. Kemampuan komunikasi dan koordinasi yang efektif.
3. Memiliki visi strategis dalam mengembangkan produk dan bisnis.
4. Kemampuan problem solving dan pengambilan keputusan yang cepat.

#### b. Desainer

1. Pengalaman dalam desain grafis, terutama di bidang digital atau desain visual.
2. Menguasai perangkat desain seperti Adobe Photoshop, Illustrator, atau perangkat lunak desain lainnya.
3. Kreatif dan memiliki kemampuan untuk membuat desain visual yang menarik dan sesuai dengan tema karangan bunga virtual.

4. Memiliki portofolio yang menunjukkan keahlian dan gaya desain.
5. Memahami prinsip-prinsip desain, seperti tipografi, warna, dan komposisi.

c. Admin

1. Pengalaman administratif, terutama dalam pengelolaan data dan pengorganisasian tugas.
2. Kemampuan menggunakan perangkat lunak administrasi (misalnya, Microsoft Office atau Google Workspace).
3. Kemampuan komunikasi yang baik dan perhatian terhadap detail.
4. Kemampuan mengatur jadwal dan menangani tugas-tugas administratif secara efisien.
5. Keahlian dalam mengelola pengarsipan dan dokumen yang berkaitan dengan operasional.

d. Marketing

1. Pengalaman di bidang pemasaran digital, terutama dalam kampanye online.
2. Memahami tren pasar dan perilaku konsumen di sektor karangan bunga virtual.
3. Kemampuan dalam mengelola media sosial dan strategi pemasaran digital.
4. Kreatif dalam membuat konten pemasaran yang menarik dan relevan.

5. Kemampuan analisis data untuk menilai efektivitas kampanye pemasaran.

### **2.5.3 Sistem perekrututan**

Sistem rekrutmen yang digunakan pada Floral Pixel secara lebih terinci sebagai berikut.

- a. Jumlah tenaga yang di butuhkan adalah dua orang yang di bagi dengan masing masing tugas.
- b. Pekerjaan desainer adalah membuat desain visual
- c. Bagian marketing lebih di fokuskan untuk membuat konten yang menarik untuk sosial media.
- d. Perekrutan di informasikan melalui media sosial dan orang terdekat.
- e. Melaksanakan wawancara dan menyampaikan system kerja.

### **2.5.4 Sistem penilaian kerja**

Sistem rekrutmen yang digunakan pada Floral Pixel secara lebih terinci sebagai berikut.

- a. Memiliki attitude yang baik termasuk kejujuran dan sopan santun.
- b. Kemampuan bekerja sama dengan tim
- c. Memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan rekan tim
- d. Memiliki semangat kerja yang tinggi
- e. Ketepatan dan ketelitian dalam menerima orderan dan produksi
- f. Dapat menyelesaikan pesanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan waktu yang ditetapkan dan teliti sesuai arahan.

- g. Kualitas pekerjaan
- h. Dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kualitas yang telah ditetapkan serta mempertahankan kualitas produk

### **2.5.5 Rencana Sistem Penggajian/Kompensasi**

Sistem penggajian/kompensasi adalah kebijakan dan praktik yang diterapkan oleh organisasi untuk memberikan imbalan kepada karyawan atas kontribusi mereka terhadap perusahaan. Kompensasi mencakup berbagai bentuk penghargaan finansial dan non-finansial yang diberikan kepada karyawan, bertujuan untuk memotivasi, mempertahankan, dan menarik tenaga kerja yang berkualitas. (Gary, 2015). Karena sistem Floral Pixel memiliki sistem kerja *freelance* kompensasi diberlakukan oleh Floral Pixel yaitu:

- 1) Gaji per pesanan desain sebesar Rp. 25.000/ orang
- 2) Jam kerja berbasis project dan jam kerja fleksibel
- 3) Bekerja dengan sistem WFH ( Work From Home)

## **2.6 Aspek Keuangan**

Floral Pixel memiliki kebutuhan modal untuk menjalankan usaha. Modal ini berasal dari pelaku bisnis sendiri.

### **2.6.1 Sumber Pendanaan**

Sumber dana untuk pembuatan bisnis adalah berbagai cara atau metode yang digunakan oleh pengusaha untuk memperoleh modal yang diperlukan guna memulai dan menjalankan bisnis. Sumber dana ini sangat penting dalam tahap awal pengembangan bisnis, terutama untuk kebutuhan operasional, investasi awal, dan

pengembangan produk atau layanan (Budi, 2016). Sumber pendanaan diambil dari modal pribadi (100%) sejumlah Rp 10.000.000,-.

### 2.6.2 Rancangan Biaya Produksi

Rancangan Biaya Produksi sebagai acuan untuk menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah proses perencanaan dan penetapan biaya langsung yang terkait dengan produksi barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan. HPP meliputi seluruh biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau layanan, dan merupakan faktor penting dalam menghitung laba bersih perusahaan.

Rancangan biaya produksi didasarkan pada perangkat yang dibutuhkan untuk desain dengan umur ekonomis dihitung jumlah desain yang mampu dihasilkan.

**Tabel II.1 Rancangan Biaya Produksi Floral Pixel**

Jenis Anggaran	Unit	Harga	Umur Ekonomis	Penyusutan
Laptop	1	Rp 7000.000	3.000	Rp 2.333
Canva Pro	1	Rp 800.000	600	Rp 1.333
Adobe AE	1	Rp 900.000	600	Rp 1.500
Total				Rp 8.167

Rancangan biaya overhead terdiri dari biaya transportasi, biaya ATK, dan biaya sewa lokasi dan listrik.. Berikut rincian biayanya.

**Tabel II.2 Rancangan Biaya Overhead**

<b>Material</b>	<b>Justifikasi Pemakaian</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>TOTAL</b>
Transportasi	Biaya untuk visit venue	4 kali	Rp 150.000	Rp 600.000
ATK	-	1 bulan	Rp 50.000	Rp 50.000
Sewa Tempat dan Listrik	-	1 bulan	Rp 250.000	Rp 250.000
<i>Additional Service Videotron</i>	Hanya untuk Paket B	1 kali	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000

### 2.6.3 Rancangan Biaya Tenaga Kerja

Karyawan diberikan gaji/upah berdasarkan dengan jabatan dan deskripsi pekerjaannya. Manajer/admin/markting digaji setiap bulan, sedangkan desainer per desain yang dibuat.

**Tabel II.3 Rancangan Biaya Tenaga Kerja**

<b>Keterangan</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Gaji/Upah</b>
Manajer/Admin	1 orang	Rp 1.000.000/bulan
<i>Marketing</i>	1 orang	Rp 750.000/bulan
Desainer	1 orang	Rp 25.000/desain

#### 2.6.4 Rancangan Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi dihitung berdasarkan setiap desain yang dihasilkan. Dalam 1 bulan diasumsikan mampu menghasilkan 50 desain. Apabila 1 bulan setidaknya mendapatkan 1 proyek maka perkiraan dihasilkan 50 desain.

**Tabel II.4 Rancangan HPP Floral Pixel**

Keterangan	Biaya
Laptop	Rp 2.333
Canva Pro	Rp 1.333
Adobe AE	Rp 1.500
Biaya Transportasi	Rp3.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 60.000
Biaya ATK	Rp 1.000
Sewa Tempat dan Listrik	Rp 5.000
<b>HPP</b>	<b>Rp 74.167</b>

#### 2.6.5 Rancangan Penjualan

Rancangan penjualan merupakan proses perencanaan dan penetapan harga yang tepat untuk produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Penetapan harga mempengaruhi keuntungan, daya saing, dan persepsi nilai oleh pelanggan.

**Tabel II.5 Rencana Penjualan Floral Pixel**

Keterangan	Kuantitas	Unit	Harga Satuan
Desain Karangan Bunga Paket A	Desain Bunga	1	Rp 100.000
Desain Karangan Bunga Paket B	Desain Bunga	1	Rp 10.000.000
	Videotron 1x2@2pcs*		

*Note: Additional Service*

### 2.6.6 Rancangan Harga Jual Produk

Rancangan Harga Jual Produk adalah proses yang kompleks dan membutuhkan pertimbangan menyeluruh terhadap biaya, kondisi pasar, persaingan, serta tujuan bisnis. Harga yang ditentukan harus mampu menutupi biaya produksi, tetap kompetitif, dan menghasilkan margin keuntungan yang cukup. Penetapan harga yang efektif juga harus fleksibel, mampu menyesuaikan dengan perubahan pasar, serta dikomunikasikan dengan baik kepada pelanggan untuk mendukung kesuksesan bisnis jangka panjang. Floral Pixel menggunakan strategi *market based pricing* untuk menentukan harga. Harga paket A yang berupa desain merupakan harga dasar dari produk yang ditawarkan. Sementara itu, paket B menggunakan harga jual yang berbeda karena tambahan peralatan di samping desain.

**Tabel II.6 Rancangan Harga Jual Produk**

Keterangan	Harga
HPP	Rp 74.167
Margin (34,8%)	Rp 25.833
Harga Jual	Rp 100.000

### 2.6.7 Aspek Teknologi Digital

Pelaku bisnis memanfaatkan berbagai teknologi digital untuk memperkuat promosi dan meningkatkan efisiensi operasionalnya. Dalam hal penggunaan alat komunikasi, pelaku bisnis memanfaatkan smartphone sebagai alat komunikasi utama. *Floral Pixel* mengandalkan platform media sosial seperti Instagram, Whatsapp Bussines, dan TikTok untuk membangun kehadiran dengan berbagi konten menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan. *Floral Pixel* juga memanfaatkan teknologi videotron sebagai media untuk menampilkan karangan bunga virtual. Untuk pembuatan desain karangan bunga virtual dan pembuatan desain konten menggunakan aplikasi *Adobe After Effect*, *canva*, dan *dafont.com*. Dengan menggunakan alat dan media sosial ini dengan efektif, *Floral Pixel* dapat memperluas jangkauan promosinya, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasionalnya.

## BAB III

### LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

#### 3.1 Profil Bisnis

Floral Pixel (Karangan Bunga *Virtual*), adalah bisnis berbasis layanan digital yang menyajikan karangan bunga *virtual* yang memadukan elemen kreativitas dengan teknologi digital. Produk yang dihasilkan berupa desain visual yang dapat dikustomisasi dan dikirim secara online. Karangan bunga virtual ini di tampilkan menggunakan media *videotron*. Floral Pixel ini mulai beroperasi pada bulan Juli 2024. Floral Pixel memfokuskan usahanya pada penjualan *Karangan Bunga Virtual* dengan berbagai desain menarik, kemudahan pemesanan, dan ramah lingkungan. Pada Gambar 3.1 disajikan logo dari Floral Pixel.



**Gambar III.1 Logo Floral Pixel**

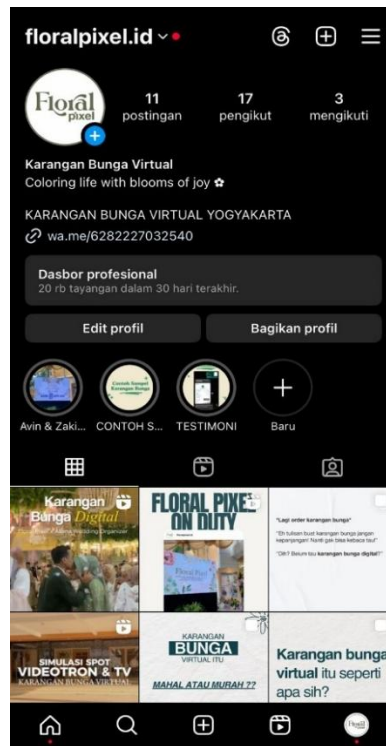
Floral Pixel adalah bisnis yang berbasis digital sehingga tidak memiliki lokasi menetap karena dapat dijalankan dari mana saja. Untuk pemesanan Karangan Bunga Virtual hanya bisa dilakukan dengan pemilik *event*. Karena media untuk

menampilkan Karangan Bunga Virtual ini adalah *Videotron dan TV*, sehingga media ini harus dipesan oleh pemilik event dan tersedia di lokasi *event*. Setelah pemilik event ini memesan, Floral Pixel akan membuka pemesanan bagi para tamu undangan *event* ini. Target pasar yang ingin dituju adalah semua umur, perusahaan, dan orang yang akan menikah.

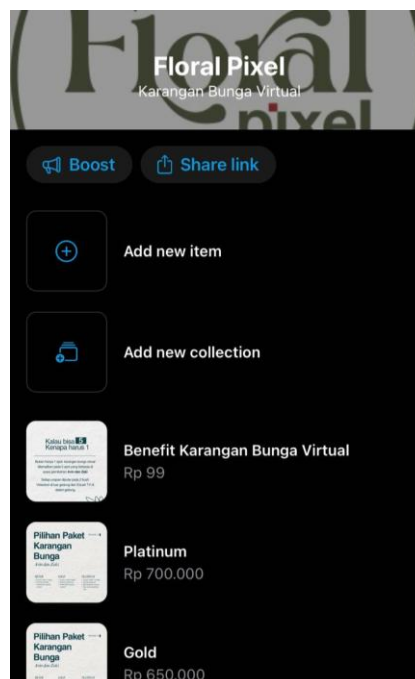
## **3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran**

### **3.2.1 Pemasaran Produk**

Selama menjalankan usahanya, strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk Floral Pixel ini dilakukan melalui 2 cara, yaitu promosi lewat media sosial dan kerjasama dengan *Event Organizer*. Pemasaran berbasis media sosial menjadi hal yang tidak dapat diabaikan, apalagi di era digital seperti sekarang hampir setiap orang memiliki akses ke *platform* media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Oleh karenanya, dengan kita memanfaatkan platform ini sebagai alat pemasaran dapat menjadi langkah yang bijaksana untuk keberlanjutan usaha Floral Pixel. Berikut ditampilkan pada Gambar 3.2 dan Gambar 3.3, akun Instagram dan Whatsapp yang dimiliki oleh Floral Pixel.



Gambar III.2 Akun Instagram Floral Pixel



Gambar III.3 Akun Whatsapp Floral Pixel

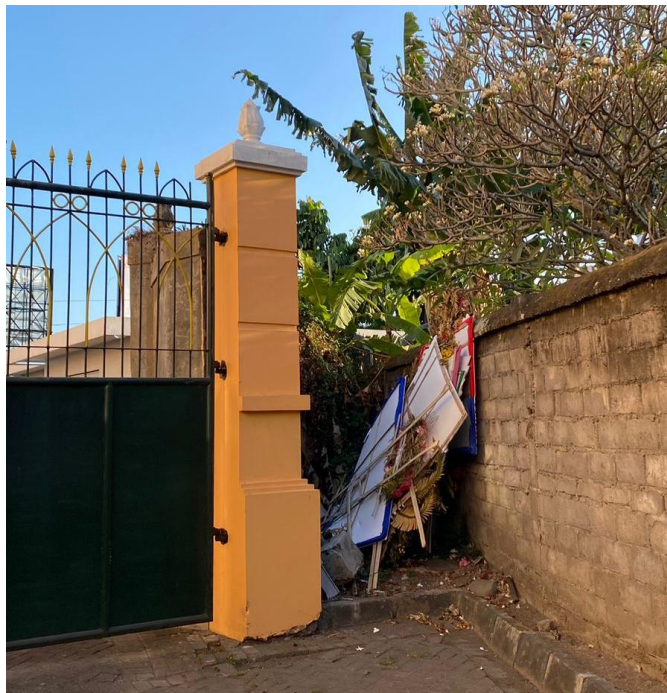
Pemasaran pada kedua *platform* media sosial tersebut rutin dilakukan setiap minggunya, Floral Pixel membagikan *postingan* mengenai informasi produk dan pemesanan melalui *feed* Instagram dan Whatsap Business tools diakun sosial medianya. Floral Pixel memaksimalkan pembuatan konten yang menarik melalui Instagram *story* dan *feed* untuk membangun komunikasi dan mendapatkan konsumen melalui postingan yang diunggah. Pada gambar 3.4 ditampilkan contoh postingan di Instagram *feed* Floral Pixel.



**Gambar III.4 Postingan Feed Floral Pixel**

Selain memasarkan produk melalui media sosial Floral Pixel juga memasarkan melalui kerjasama dengan *Event Organizer*. Pada bulan pertama usaha

pesanan yang masuk merupakan klien yang termasuk dalam segmentasi dan target pasar Floral Pixel. Klien yang masuk berasal dari event organizer yang telah bekerja sama dengan Floral Pixel yang berdomisili di Yogyakarta. Pada bulan kedua terdapat kenaikan pesanan dibandingkan bulan pertama, pada bulan ini konten di unggah mengalami kenaikan, karena pada bulan sebelumnya Floral Pixel sudah memiliki testimoni sehingga klien lebih percaya dan tertarik untuk menggunakan jasa Floral Pixel. Pada bulan ke dua ini Floral Pixel menambah vendor event organizer untuk bekerja sama, konten instagram Floral Pixel juga semakin ditambah khususnya konten edukasi mengenai manfaat karangan bunga virtual yang dapat mengurangi limbah karangan bunga fisik.



**Gambar III.5 Contoh Sampah Karangan Bunga Fisik**

Bulan ke tiga di lakukan penjualan Floral Pixel cenderung stabil, Floral Pixel memiliki jumlah klien yang sama dengan bulan kedua yaitu dua klien, klien kali ini

berasal dari intagram dan rekomendasi oleh rekan kami.

### **3.2.2 Penentuan Harga dan Distribusi Produk.**

Sebagai produk digital, pendistribusian produk dilakukan dengan saluran digital menggunakan platform media sosial (seperti *Instagram* dan *WhatsApp*), sebagai saluran distribusi media ini memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan. Karangan bunga virtual dikirimkan langsung melalui pesan *Whatsapp* atau sebagai link ke platform yang telah disiapkan (*Google Drive*). Floral Pixel menjaga personaliasi produk dengan membuat desain untuk setiap klien berbeda.

Harga Produk Floral Pixel akan di pasarkan dengan mandiri dan kerjasama dengan Event Organizer, Paket A dengan Harga Rp 75.000,- per desain dan minimal Rp 10.000.000,- untuk pemesanan paket B dengan perangkat videotron ukuran 1x2m. Seluruh pemesanan akan mendapatkan jasa admin dari Floral Pixel. Untuk pemesanan melalui Event Organizer minimal order paket B seharga Rp. 10.000.000 include 2 videotron ukuran 1x2m, unlimited desain , dan jasa admin. Sebagai partner pemasaran, Event Organizer akan mendapatkan Rp. 1.000.000 sebagai fee karena telah memasarkan produk Floral Pixel

* Floral pixel	
<b>SERVICE</b> <i>Price List</i>	
PAKET A	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LAYANAN DESAIN</li> <li>• LAYANAN ADMIN</li> </ul>	<i>75K / desain</i>
PAKET B	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LAYANAN DESAIN</li> <li>• LAYANAN ADMIN</li> <li>• VIDEOTRON 2X3M (2 PCS)</li> <li>• JASA DESAIN TIDAK TERBATAS</li> </ul>	<i>10 JT</i>
ADDITIONAL SERVICES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• VIDEOTRON</li> <li>• TV LED 60 INCH</li> </ul>	<i>600k/m 900k</i>
Floral Pixel	

**Gambar III.6 Pricelist Floral Pixel**

### 3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

#### 3.3.1 Proses Produksi

Berikut ini dijabarkan tahapan dari setiap alur proses produksi yang dilakukan Floral Pixel.

a. Diskusi dengan klien

Pelaku bisnis melakukan diskusi dengan klien secara online untuk mendiskusikan bagaimana desain yang diinginkan klien, harga, dan juga kebutuhan videotron atau TV.

b. Membuat desain sampel

Setelah diskusi sudah dilakukan tim , desain sampel akan dikirim untuk di *review* oleh klien, jika desain masih ada yang kurang sesuai, akan dilakukan;

c. Pembuatan ulang desain

Desain yang revisi akan didesain ulang untuk menyesuaikan tema, warna dan animasi yang diinginkan klien hingga sesuai dengan permintaan.

d. Membuat template desain secara masal

Desain di produksi masal setelah desain revisi di acc klien . Setelahnya desain siap untuk di order oleh tamu undangan klien.

e. Menerima Order

Floral Pixel akan membuka pemesanan karangan bunga virtual untuk tamu event klien kami.

### 3.3.2 Hasil Produk

Hasil produk adalah output akhir berupa barang atau jasa yang dihasilkan dari proses bisnis yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Hasil produk ini adalah yang akan ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan dan merupakan inti dari penawaran bisnis. Hasil produk Floral Pixel berupa gambar digital. Yang dapat di tampilkan melalui smartphone dan media lain nya contohnya videotron dan TV.



**Gambar III.7 Hasil Desain Karangan Bunga Virtual Floral Pixel**



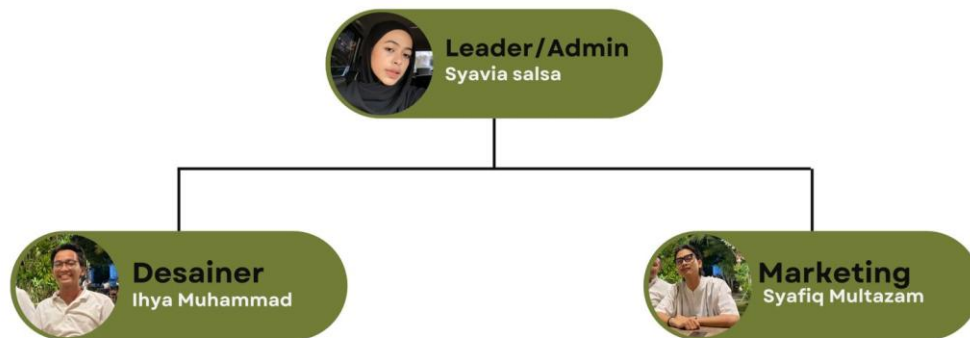
**Gambar III.8 Karangan Bunga Virtual Ditampilkan Pada Videotron Floral Pixel**

Produk gambar dan video Floral Pixel memiliki kualitas resolusi yang tinggi, karangan bunga virtual dapat ditampilkan di media yang berukuran besar karena bisa mencapai resolusi HD dan 4K. Desain dari produk digital ini juga bervariasi dapat disesuaikan dengan keinginan, mulai dari warna, jenis bunga, dan animasi. Videotron digunakan sebagai media karena memiliki kesan mewah dan elegan. Yang ditekankan Floral Pixel adalah produk ini ramah lingkungan sehingga dapat membantu mengurangi sampah karangan bunga fisik. Karangan bunga virtual tidak layu atau rusak, sehingga pelanggan dapat menyimpan kenang-kenangan ini selamanya dalam bentuk digital. Ini memberikan nilai sentimental yang lebih abadi dibandingkan dengan karangan bunga fisik yang hanya bertahan beberapa hari.

### **3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia**

#### **3.4.1 Jumlah Tenaga Kerja dan Struktur Organisasi**

Realiasi Sumber Daya Manusia *Floral Pixel*, dipimpin oleh pelaku bisnis. Floral Pixel menambah dua kariawan yaitu leader sekaligus marketing dan staf desainer, Pelaku bisnis bertanggung jawab atas visi, strategi, dan arah keseluruhan bisnis. Mengawasi semua fungsi bisnis dan memastikan semua elemen organisasi berjalan sesuai rencana. Mengelola keuangan perusahaan, termasuk pemantauan pengeluaran, pendapatan, dan penggajian. *Leader* juga bertanggung jawab dalam pengelolaan anggaran pemasaran dan operasional. Struktur organisasi untuk bisnis karangan bunga virtual pada Gambar 2.5.



**Gambar III.9 Struktur Bisnis Karangan Bunga Virtual**

Untuk staf desainer, bertanggung jawab untuk menciptakan karangan bunga digital yang menarik, baik dalam format gambar, animasi, maupun video. Staff admin menyediakan layanan pelanggan untuk menjawab pertanyaan, menangani komplain, dan memastikan proses pembelian serta pengiriman berjalan dengan baik. Floral Pixel membuat deskripsi pekerjaan sesuai bagian masing masing agar lebih fokus dalam proses produksi. Proses rekrutmen dilakukan di saat usaha ini sedang berjalan dengan membuka lowongan pekerjaan dengan metode terbuka, yaitu menarik kerabat dekat dan teman pelaku bisnis sebagai staf leader dan desainer.

**Tabel III.1 Deskripsi Pekerjaan**

NO	Jabatan/Posisi	Deskripsi Pekerjaan
1	<i>Leader/Admin</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bertanggung jawab atas visi, strategi, dan arah keseluruhan bisnis.</li> <li>• Mengawasi semua fungsi bisnis dan memastikan semua elemen organisasi berjalan sesuai rencana.</li> <li>• Mengelola keuangan perusahaan, termasuk pemantauan pengeluaran, pendapatan, dan</li> </ul>

NO	Jabatan/Posisi	Deskripsi Pekerjaan
		<p>penggajian. Mereka juga bertanggung jawab dalam pengelolaan anggaran pemasaran dan operasional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyediakan layanan pelanggan untuk menjawab pertanyaan, menangani komplain, dan memastikan proses pembelian serta pengiriman berjalan dengan baik.</li> <li>• Menangani hubungan dengan pelanggan dan membantu mereka dalam memilih atau mempersonalisasi produk dan juga bertugas memastikan pelanggan puas dengan layanan yang diberikan.</li> </ul>
2	Desainer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bertanggung jawab untuk menciptakan karangan bunga digital yang menarik, baik dalam format gambar, animasi, maupun video.</li> </ul> <p>Merancang desain sesuai permintaan pelanggan atau acara tertentu.</p>
3	<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola akun media sosial, membangun interaksi dengan audiens, dan mempromosikan produk karangan bunga virtual melalui postingan visual yang menarik.</li> </ul>

### 3.4.2 Sistem Penggajian/Kompensasi

Dalam 3 bulan di jalankan usaha Floral Pixel, sudah ada 2 kariawan yang bekerja, dari segi kompensasi relaliasi yang dilakukan adalah memberi gaji per project pada karyawan *Floral Pixel*. Setiap desain yang di produksi atau dijual oleh tim di ambil Rp.75.000,- untuk kompensasi tim di bagi menjadi tiga bagian yaitu marketing serta leader, admin (owner), desainer. Sehingga per bagian akan

mendapatkan Rp. 25.000,- per desain yang dijual. Jika produk desain terjual 100 pcs maka tiap bagian akan mendapatkan Rp. 250.000,-

Jam kerja santai dan dapat dilakukan di mana saja (*Work From Anywhere*). Saat ini, pelaku bisnis belum memberikan tunjangan hari raya, dikarenakan bisnis yang dijalankan baru saja dirintis. Dalam 3 bulan pertama, *Floral Pixel* belum memiliki karyawan tetap untuk diberikan gaji pokok.

### 3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

#### 3.5.1 Penjualan

Penjualan adalah aspek krusial dari operasi bisnis, karena pendapatan yang dihasilkan dari penjualan inilah yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Penjualan produk Karangan Bunga Virtual Floral Pixel berjalan sesuai yang diharapkan. Pelaku bisnis menjual produk karangan bunga virtual seharga Rp 75.000 per desain. Harga ini ditetapkan sesuai dengan pencarian harga pokok penjualan. Floral Pixel memproduksi karangan bunga digital sebanyak 165 desain dalam 3 bulan. Rekap 3 bulan penjualan dalam bulan Juli hingga bulan September disajikan dalam Tabel 3.2.

**Tabel III.2 Penjualan Produk Floral Pixel**

NO	Tanggal	Keterangan	Harga/unit	Unit Terjual	Total Penjualan
1	15/07/24	Karangan Bunga Virtual <b>Paket A</b>	Rp 100.000	50	Rp 5.000.000
3	07/08/24	Karangan Bunga Virtual <b>Paket A</b>	Rp 100.000	44	Rp 4.400.000

NO	Tanggal	Keterangan	Harga/unit	Unit Terjual	Total Penjualan
2	24/08/24	Karangan Bunga Virtual Paket A	Rp 100.000	32	Rp 3.200.000
3	03/09/24	Karangan Bunga Virtual Paket A	Rp 100.000	38	Rp 3.800.000
4	15/09/24	Karangan Bunga Virtual Paket B	Rp 10.000.000	1	Rp 10.000.000
<b>Total</b>					<b>Rp 26.400.000</b>

Biaya produksi yang dikeluarkan selama 3 bulan menjalani usaha disajikan dalam Tabel 3.3.

**Tabel III.3 Biaya Produksi Floral Pixel**

Jenis Anggaran	Juli 2024	Agustus 2024	September 2024
Laptop	Rp 116.667	Rp 173.333	Rp 91.000
Canva Pro	Rp 66.667	Rp 101.333	Rp 52.000
Adobe AE	Rp 75.000	Rp 114.000	Rp 58.500
Biaya Transportasi	Rp 150.000	Rp 300.000	Rp 150.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 3.000.000	Rp 3.650.000	Rp 2.725.000
Biaya ATK	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000
Biaya <i>Additional Service</i> Videotron	-	-	Rp 2.400.000
Biaya Sewa Tempat & Listrik	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
<b>Total</b>	<b>Rp3.708.334</b>	<b>Rp4.638.666</b>	<b>Rp5.576.500</b>

### 3.5.2 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan penting yang menunjukkan profitabilitas suatu bisnis dalam periode tertentu. Laporan ini mencatat pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan, sehingga memungkinkan perhitungan laba atau rugi yang dihasilkan. Laporan ini menyajikan informasi tentang pendapatan, biaya, dan laba atau rugi selama periode dari Juli hingga September 2024.

**Tabel III.4 Laporan Laba Rugi**  
**Laporan Laba Rugi Juli – September 2024**

Penjualan	Rp 26.400.000
Beban Usaha	Rp 14.123.500
<b>Laba/(rugi) bersih</b>	<b>Rp 12.276.500</b>

### 3.5.3 Laporan Arus Kas

Laporan ini memiliki peran krusial karena menyediakan informasi mengenai likuiditas perusahaan, yakni kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta kebutuhan operasionalnya menggunakan dana kas yang tersedia. Laporan arus kas adalah laporan keuangan yang menggambarkan pergerakan kas masuk dan keluar perusahaan selama periode Juli hingga September 2024.

**Tabel III.5 Laporan Arus Kas**

<b>Keterangan</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>
Saldo Awal	Rp10.000.000	Rp2.850.000	Rp6.200.000
Beban Usaha	Rp8.700.000	Rp0	Rp0
Kas Masuk	Rp5.000.000	Rp7.600.000	Rp13.800.000
Kas Keluar	Rp3.450.000	Rp4.250.000	Rp5.575.000
<b>Saldo Akhir</b>	<b>Rp2.850.000</b>	<b>Rp6.200.000</b>	<b>Rp14.425.000</b>

### 3.5.4 Neraca

Laporan neraca merupakan salah satu laporan keuangan penting yang menggambarkan kondisi keuangan sebuah perusahaan pada waktu tertentu.

**Tabel III.6 Neraca Saldo**

<b>Aktiva</b>		<b>Pasiva</b>	
<b>Aktiva Lancar</b>		<b>Kewajiban</b>	
Kas	Rp 14.425.000	Hutang Usaha	Rp 0
Total Aktiva Lancar	Rp 14.425.000	Total Kewajiban	Rp 0
<b>Aktiva Tidak Lancar</b>		<b>Modal</b>	
Peralatan Produksi	Rp 8.700.000	Modal disetor	Rp 10.000.000
Akumulasi Penyusutan Peralatan	(Rp825.500)	Laba	Rp 12.276.500
Total Aktiva Tidak Lancar	Rp 7.851.500	Total Modal	Rp 22.276.500
<b>Jumlah Aktiva</b>	<b>Rp 22.276.500</b>	<b>Jumlah Pasiva</b>	<b>Rp 22.276.500</b>

### 3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital

Aspek teknologi digital dalam bisnis mencakup pemanfaatan teknologi dan alat digital untuk merancang, memproduksi, memasarkan, serta mengelola bisnis dengan lebih efisien. Teknologi ini berperan penting dalam meningkatkan efektivitas operasional, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan mendukung pertumbuhan usaha. Penggunaan teknologi digital dalam bisnis memberikan berbagai manfaat signifikan, seperti peningkatan efisiensi operasional hingga peningkatan kepuasan pelanggan.

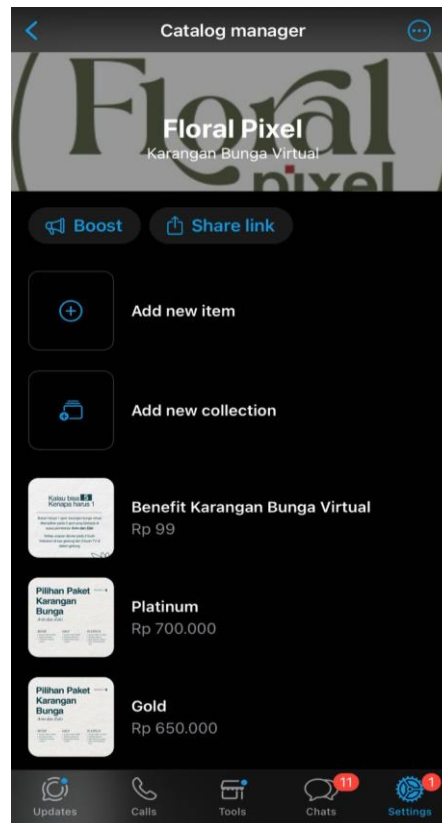
Para pelaku bisnis memanfaatkan berbagai teknologi digital untuk memperkuat strategi promosi dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam konteks promosi, pelaku bisnis sering memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk membangun kehadiran merek, berbagi konten menarik, serta berinteraksi dengan pelanggan.

Dalam menjalankan bisnis Floral Pixel, alat komunikasi yang digunakan adalah smartphone sebagai sarana utama. Smartphone dipilih karena mudah dibawa ke mana saja dan berfungsi untuk berkomunikasi dengan vendor dan klien yang bekerja sama dengan Floral Pixel. Platform media sosial yang digunakan Floral Pixel untuk promosi antara lain:

- 1) WhatsApp Business

WhatsApp Business sebagai aplikasi utama untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Pada aplikasi ini, *Floral Pixel* menampilkan catalog produk pada tiap event klien yang berbeda. Menurut pelaku bisnis, aplikasi ini sangat efektif untuk komunikasi karena aplikasi ini

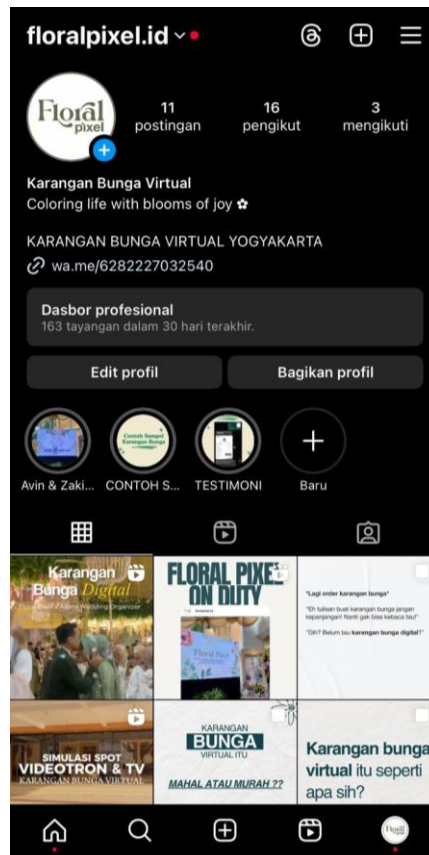
menyediakan fitur untuk usaha bisnis dengan lengkap.



**Gambar III.10 Tampilan Whatsapp bussines Floral Pixel**

## 2) Instagram

Aplikasi ini digunakan pelaku bisnis untuk mempromosikan produk karangan bunga digital, sarana edukasi dan juga sebagai galeri testimoni bisnis ini. Pada aplikasi ini, pelaku bisnis berharap agar produknya lebih dikenal banyak orang dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

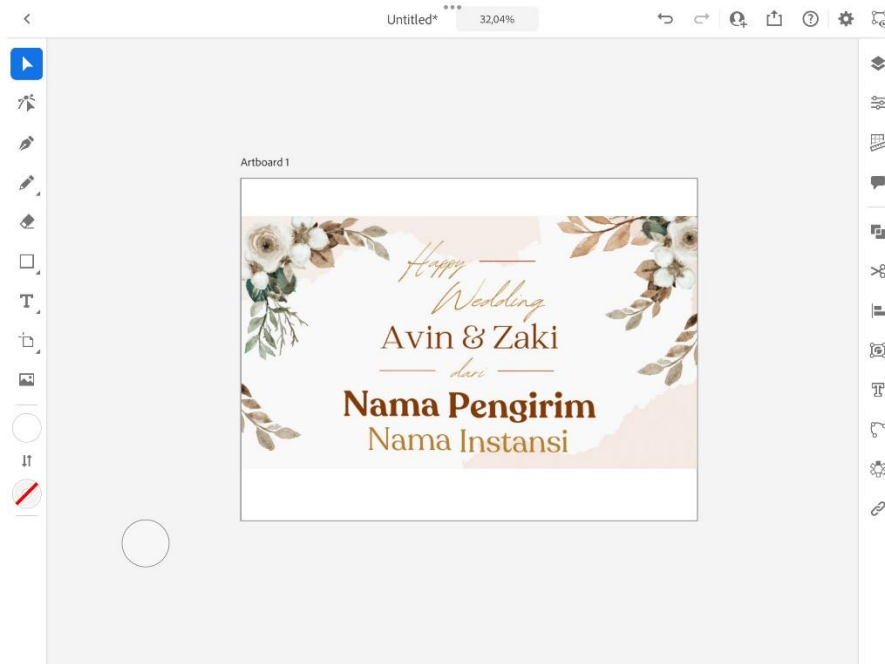


Gambar III.11 Tampilan Instagram Floral Pixel

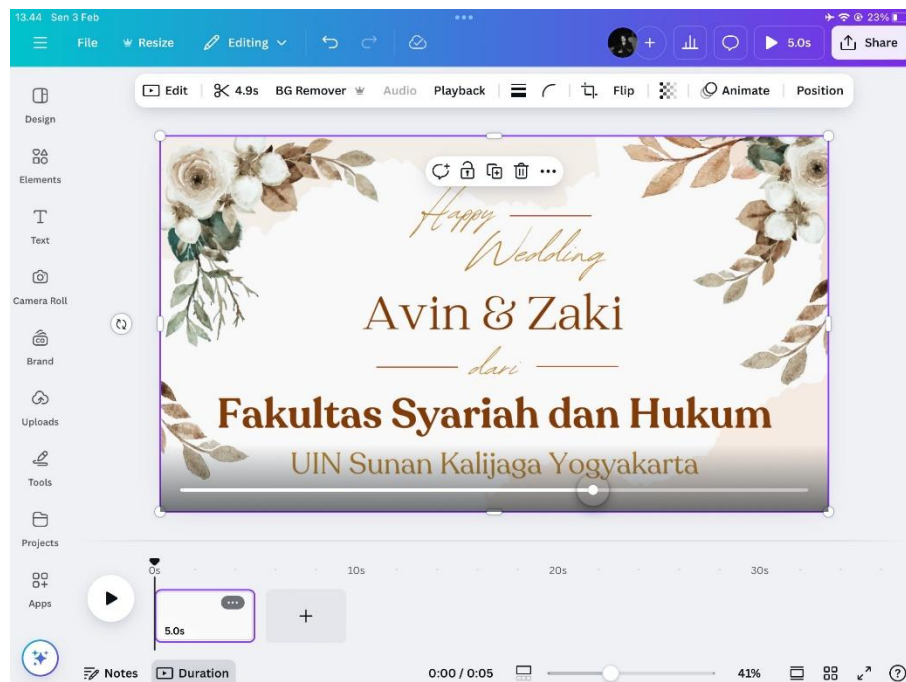


**Gambar III.12 Tampilan Highlight Instagram Floral Pixel**

Aplikasi yang digunakan *Floral Pixel* sebagai alat desain produk karangan bunga virtual yaitu:

1) *Adobe After Effect*

**Gambar III.13 Tampilan Adobe After Effect**

2) *Canva Pro Design*

**Gambar III.14 Tampilan Canva Pro Design**

## **BAB IV**

### **IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH**

#### **4.1 Identifikasi Masalah**

Pada awal perencanaan *Floral Pixel*, ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis. Karena pada dasarnya *Floral Pixel* adalah bisnis yang sangat baru dirintis di bidang layanan bisnis digital. Pelaku bisnis sendiripun baru mendalami bisnis digital ini dalam rentan awal tahun hingga saat ini. Namun, permasalahan yang dihadapi oleh *Floral Pixel* membuat pelaku bisnis selalu berupaya mencari jalan keluar sehingga dapat memecahkan masalah tersebut dengan baik.

#### **4.2 Bidang Pemasaran**

Bidang pemasaran terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh pelaku bisnis. *Floral Pixel* adalah produk yang sangat baru sehingga perlu mengadopsi *pull marketing*. Kurangnya promosi dan konten pada awal pembuatan *Floral Pixel* di sosial media, jadi hanya mengandalkan Whats-App Business dan bantuan promosi instagram story dari kerabat pelaku bisnis. Pelaku bisnis juga merasakan susahnya meyakinkan calon konsumen untuk bekerja sama, dikarenakan kurangnya edukasi mengenai karangan bunga virtual pada awal pembangunan bisnis ini. Permasalahan yang di hadapi oleh pelaku bisnis juga terjadi pada tamu undangan klien yang masih ragu untuk memilih karangan bunga virtual atau karangan bunga fisik.

### **4.3 Bidang Operasi/Produksi**

Bidang produksi, pelaku bisnis mendapat masalah pada orderan dari klien dengan waktu yang mepet dengan acara. Laptop yang digunakan sering terjadi *lagging* sehingga memperlambat produksi. Pada awal produksi, terjadi seringnya revisi oleh klien namun setelah dua bulan berjalan Floral Pixel sudah cepat memahami keinginan klien.

### **4.4 Bidang Sumber Daya Manusia**

Dalam bidang ini, desainer merasa kesulitan membuat desain pada saat orderan menumpuk. Hal ini dikarenakan, desain dilakukan oleh satu orang desainer. Admin floral Pixel juga merakan kesulitan dalam membalas pesan calon konsumen karena pelaku bisnis memegang ahli sebagai admin dan pengelola keuangan bisnis ini. Bagian marketing sendiri semakin berjalanya waktu mulai kehabisan ide untuk konten marketing.

### **4.5 Bidang Keuangan**

Floral Pixel melakukan sistem perhitungan harga desain mempertimbangkan harga desain di pasaran semakin murah, pada tiga bulan bisnis ini berjalan harga produk desain yang di tentukan adalah harga promo untuk cek ombak pasar yaitu Rp. 100.000. Kedepan nya harga yang di tentukan Floral Pixel akan ada kenaikan dan dilakukan perhitungan ulang, untuk meningkatkan semangat para kariawan dan meningkatkan standart harga desain.

Klien Floral Pixel akan diskusi dengan tim untuk menentukan harga

karangan bunga yang di beli oleh tamu klien, sehingga rekening transaksi langsung ke pemilik acara (klien). Floral Pixel akan di gaji sesuai pesanan desain oleh tamu klien.

#### **4.6 Bidang Teknologi Digital**

Ketika pelanggan ingin memilih desain atau melihat pilihan karangan bunga virtual, mereka mungkin kesulitan dalam menilai produk secara visual karena *Instagram* dan *WhatsApp* memiliki keterbatasan tampilan produk yang tidak terlalu interaktif. Floral Pixel menggunakan fitur highlight stories untuk menampilkan katalog produk dengan gambar atau video yang berkualitas tinggi, menyertakan deskripsi produk, variasi desain, dan opsi kustomisasi dalam setiap postingan agar pelanggan bisa dengan mudah melihat pilihan yang tersedia. Selain itu membuat WhatsApp Catalog yang memungkinkan pelanggan melihat daftar produk yang tersedia lengkap dengan gambar, harga, dan deskripsi. Pelanggan dapat memilih produk hanya dengan mengirimkan pesan untuk memesan produk yang mereka pilih.

Ketika bertransaksi, rekening transfer yang digunakan adalah rekening dari masing masing klien. Sehingga uang langsung masuk ke klien, hal ini diterapkan untuk menjaga kepercayaan pelanggan (tamu klien). Untuk memudahkan transaksi Floral Pixel juga menyarankan untuk melakukan transaksi menggunakan payment gateway seperti GoPay, OVO, Shopeepay.

Pelanggan Floral Pxel terkadang mengalami masalah terkait cara pemesanan, mereka mungkin merasa kesulitan untuk mendapatkan dukungan cepat melalui

Instagram dan WhatsApp, yang sering kali hanya mengandalkan komunikasi manual. Fitur WhatsApp Business digunakan untuk menyediakan *auto-reply messages* yang dapat memberikan jawaban otomatis atas pertanyaan umum seperti pembayaran dan template cara order.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil bisnis yang telah dilakukan dari bulan Juli 2024 sampai dengan September 2024 dengan perencanaan bisnis yang telah dibuat oleh pelaku bisnis, dapat disimpulkan bahwa *Floral Pixel* merupakan bisnis digital yang berhasil dalam melakukan pemasaran dan membuat para konsumen suka dengan produk yang memiliki konsep berbeda dari produk bisnis yang lainnya. Dengan produk yang berkualitas tinggi dan membuat laba sehingga bisnis ini memiliki nilai tambah bagi pelaku bisnis usaha ini.

*Floral Pixel* juga menggunakan desain yang unik dan dapat di sesuaikan dengan tema acara, *Floral Pixel* juga memiliki kelebihan ramah lingkungan karena produk ini berbentuk digital, hal ini selaras dengan pengurangan sampah di Yogyakarta. Konsep digital dibuat dengan adanya isu isu sampah yang ada di Yogyakarta, sehingga produk ini disukai konsumen yang peduli akan lingkungan.

#### **5.2 Tindak Lanjut**

Pelaku bisnis melakukan upaya agar bisnis berlanjut berdasarkan informasi dan keahliannya sendiri yang didapatnya saat menjalani proyek bisnis ini:

1. Buatlah perencanaan usaha yang menyeluruh sebelum meluncurkannya, dengan memperhatikan aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan.

2. Pastikan mendapatkan vendor persewaan videotron dan tv yang masih satu kota.
3. Lebih giat dalam memberikan edukasi tentang produk yang dijual
4. Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan memberikan jawaban yang baik dan jelas setiap kali mereka mengajukan pertanyaan tentang produk yang ditawarkan.
5. Mengajukan saran dan masukan terhadap bisnis kepada konsumen agar dapat selalu melakukan perbaikan permasalahan dan melakukan inovasi dari masukan-masukan konsumen.
6. Tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- B2B Marketing. (2023). *The Rise of Virtual Gifting: Trends and Insights*. B2B Marketing Reports.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (7th ed.)*. Pearson Education.
- Cohen, L. (2020). *Digital Empathy: How Technology Can Help Us Connect Better*. Springer.
- Daeng, M. F. (2024), *Perbincangan Soal Sampah Mendominasi, Yogyakarta Jadi Sorotan di Jagat Maya*, diperoleh pada 19 September 2024 di <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2024/06/05/perbincangan-soal-sampah-mendominasi-yogyakarta-jadi-sorotan-di-jagat-maya>
- Gonzalez, C. R., & Wu, S. (2020). *The Environmental Impact of Digital Services: A Study on E-Commerce and Sustainability*. Journal of Business Research.
- McStay, A. (2018). *Emotional AI: The Rise of Empathic Media*. SAGE Publications.
- Miller, J. (2015). *Creative Industries and Digital Transformation*. Routledge.
- Pew Research Center. (2022). *The State of Online Communication*. Pew Research Center..
- Samiei, N., & Azadeh, A. (2021), Technological Innovation in Gift-giving and Digital Expression of Emotions. *Journal of Digital Consumer Behavior*, 13 (2): 102-117.
- Sulistiani, D. (2014), Analisis SWOT sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Jurnal el-Qudwah*, 10 (1): 6-8.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less*
- Vlahos, J. (2020), Technology and the Future of Human Interaction: Digital Expressions of Emotion in the 21st Century. *Harvard Business Review*, 98 (5): 68-75.
- Walker, J. (2018), From Flowers to Pixels: The Rise of Virtual Gifting in a Digital World. *Tech Innovations Quarterly*, 25 (4): 34-40.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Laporan Aktivitas Dibulan Juli

Laporan Aktivitas Bisnis Bulan Juli 2024					
No	Tanggal	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1	01/07/24	Diskusi mengenai karakter Desain	Terlalu banyak ide	memilih ide terbaik	Tim floral pixel
2	02/07/24	Diskusi mengenai karakter Desain			Tim floral pixel
3	03/07/24	Membuat sample desain			Tim Desainer
4	04/07/24	Membuat sample desain			Tim Desainer
5	05/07/24	Menentukan Feeds & tone warna bisnis			Tim floral pixel
6	06/07/24	Mencari ide konten untuk pemasaran			Tim floral pixel
7	07/07/24	Membuat konten pemasaran	Menentukan lokasi		Tim floral pixel
8	08/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim floral pixel
9	09/07/24	Memasarkan produk layanan			tim pemasaran
10	10/07/24	-			
11	11/07/24	Menerima order			Tim pemasaran
12	12/07/24	Negoisasi dengan client			Tim pemasaran
13	13/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
14	14/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
15	15/07/24	Launcing produk ke client			Tim floral pixel
16	16/07/24	Penyelesaian tugas ke client			Tim floral pixel
17	17/07/24	Pembagian fee anggota tim			Tim floral pixel
18	18/07/24	-			
19	19/07/24	-			
20	20/07/24	-			
21	21/07/24	-			
22	22/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
23	23/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
24	24/07/24	-			
25	25/07/24	-			
26	26/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran
27	27/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran
28	28/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran
29	29/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran
30	30/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran

## Lampiran 2 Lampiran Aktivitas Dibulan Agustus

Laporan Aktivitas Bisnis Bulan Agustus 2024					
No	Tanggal	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1	01/07/24	-			-
2	02/07/24	Mencari ide konten untuk pemasaran			Tim floral pixel
3	03/07/24	Mencari ide konten untuk pemasaran			Tim floral pixel
4	04/07/24	Order masuk			tim pemasaran
5	05/07/24	Negoisasi dengan client			tim pemasaran
6	06/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
7	07/07/24	Launcing produk ke client			Tim floral pixel
8	08/07/24	Penyelesaian tugas ke client			Tim floral pixel
9	09/07/24	Pembagian fee anggota tim			Tim floral pixel
10	10/07/24	-			-
11	11/07/24	-			-
12	12/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
13	13/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
14	14/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
15	15/07/24	Memasarkan produk layanan			tim pemasaran
16	16/07/24	Memasarkan produk layanan			tim pemasaran
17	17/07/24	Memasarkan produk layanan			tim pemasaran
18	18/07/24	Order masuk			tim pemasaran
19	19/07/24	Negoisasi dengan client	Permintaan client	negoisasi yang baik	tim pemasaran
20	20/07/24	Negoisasi dengan client			tim pemasaran
21	21/07/24	-			-
22	22/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
23	23/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
24	24/07/24	Launcing produk ke client			Tim floral pixel
25	25/07/24	Penyelesaian tugas ke client			Tim floral pixel
26	26/07/24	Pembagian fee anggota tim			Tim floral pixel
27	27/07/24	-			-
28	28/07/24	-			-
29	29/07/24	Order masuk			Tim pemasaran
30	30/07/24	Negoisasi dengan client			Tim pemasaran

### Lampiran 3 Laporan Aktivitas Dibulan September

Laporan Aktivitas Bisnis Bulan September 2024					
No	Tanggal	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1	01/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
2	02/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
3	03/07/24	Launcing produk ke client			Tim floral pixel
4	04/07/24	Penyelesaian tugas ke client			tim pemasaran
5	05/07/24	Pembagian fee anggota tim			Tim floral pixel
6	06/07/24	-			
7	07/07/24	-			
8	08/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
9	09/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
10	10/07/24	Memasarkan produk layanan			Tim pemasaran
11	11/07/24	Order masuk			Tim pemasaran
12	12/07/24	Negoisasi dengan cleint	Pesanan dengan paket baru	Perbaiki produk layanan	Tim pemasaran
13	13/07/24	Negoisasi dengan cleint			Tim pemasaran
14	14/07/24	Persiapan tim floral pixel			Tim floral pixel
15	15/07/24	Launcing produk ke client			Tim floral pixel
16	16/07/24	Penyelesaian tugas ke client			Tim floral pixel
17	17/07/24	Pembagian fee anggota tim			Tim floral pixel
18	18/07/24	-			
19	19/07/24	-			
20	20/07/24	-			
21	21/07/24	Mencari ide konten			Tim Desainer
22	22/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
23	23/07/24	-			
24	24/07/24	-			
25	25/07/24	-			
26	26/07/24	-			
27	27/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
28	28/07/24	Membuat konten pemasaran			Tim Desainer
29	29/07/24	-			
30	30/07/24	-			

#### Lampiran 4 Pengecekan Layouting Videotron Di Venue



### Lampiran 5 Pengecekan Layouting TV Di Venue

