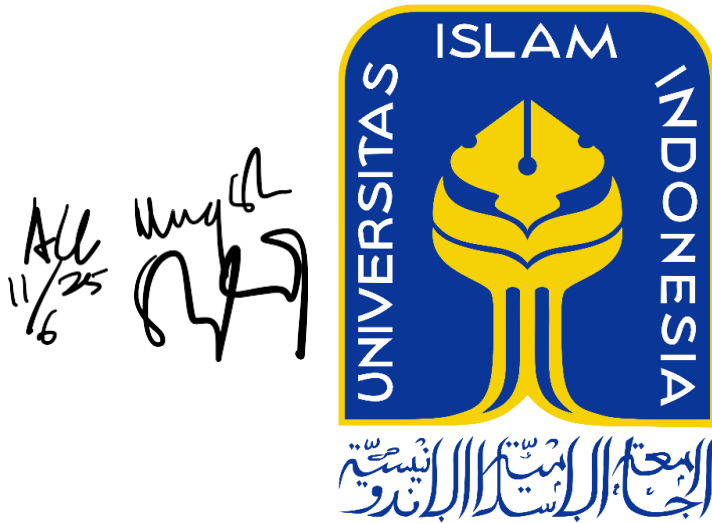


**Strategi Inovasi Produk *Florist Cake Box* pada Bisnis
*Sweet Bloom Florist***

Bidang Produksi

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



Oleh
Rori Apriyanti
21423115

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rori Apriyanti
NIM : 21423115
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Strategi Inovasi Produk *Florist Cake Box* pada Bisnis *Sweet Bloom Florist***

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis 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, 10 Juni 2025



Rori Apriyanti

NOTA DINAS

Yogyakarta 10 Juni 2025 M
14 Zulhijah 1446 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1575/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2024 tanggal: 23 September 2024 M, 14 Zulhijah 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama : Rori Apriyanti
NIM : 21423115
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Tugas Akhir : Strategi Inovasi Produk *Florist Cake Box* pada Bisnis
Sweet Bloom Florist

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 juni 2025



Aqidah Shouha, S.E.I., M.E

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

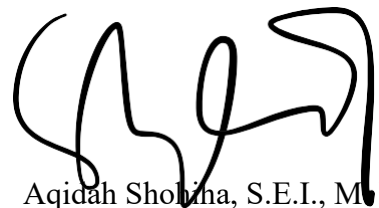
Nama : Rori Apriyanti

NIM : 21423115

Judul Tugas Akhir : Strategi Inovasi Produk *Florist Cake box* pada Bisnis *Sweet Bloom Florist*

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

Yogyakarta, 10 Juni 2025



Aqidah Sholihah, S.E.I., M.E.

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiat@uii.ac.id
W. fiat.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 1 Juli 2025
Judul Tugas Akhir : Strategi Inovasi Produk Florist Cake Box pada Bisnis Sweet Bloom Florist
Disusun oleh : RORI APRIYANTI
Nomor Mahasiswa : 21423115

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.
Penguji I : Rheyza Virgiawan, Lc., ME
Penguji II : Anom Garbo, SEI, ME

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



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puja serta puji syukur kehadirat Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang yang telah memberikan nikmat iman, ihsan, serta kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa kita curahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Seluruh penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini penulis tujukan pertama kepada diri sendiri selaku penulis yang telah menguatkan tekad untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa juga, keluarga penulis baik kedua orang tua, yakni Bapak Kasusi dan Ibu Aminatuzara, Abang dan kakak ipar penulis, Candra wibowo S.Pd. dan Islamiah S.Pd. serta kerabat yang selalu memberikan support, doa, dan kasih yang tulus yang memotivasi untuk menjadikan tugas akhir ini sebagai sesuatu yang kelak dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Ucapan terimakasih yang tulus disampaikan penulis untuk seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, khususnya kepada para dosen Program Studi Ekonomi Islam wa bil khusus dosen pembimbing penulis, yakni Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, waktu, hingga pengorbanan lainnya. Ucapan terimakasih dan rasa kasih sebagi teman perjuangan, kerabat karib, dan selaku anggota tim *Sweet Bloom Florist*, Aida Churnelia dan ST.Rahmatia, yang telah bersama-sama berjuang bersama penulis dalam mendirikan dan meyelesaikan perintisan bisnis dengan sangat baik walau banyak rintangan dan terpaan masalah yang dihadapi.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

Dia mendapat (pahala) dari kebijakannya dan mendapat (siksa)

dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Seseungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi

takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khittab)

ABSTRAK
STRATEGI INOVASI PRODUK *FLORIST CAKE BOX* PADA BISNIS
SWEET BLOOM FLORIST

RORI APRIYANTI

21423115

Sweet Bloom Florist merupakan bisnis yang menggabungkan pembuatan rangkaian bunga *artificial* dengan *cake* dalam konsep inovatif *Florist cake Box*. Produk ini bertujuan memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan makanan dengan kemasan menarik serta elemen estetika. Penelitian ini berfokus pada strategi inovasi produk yang diterapkan *Sweet Bloom Florist*, serta dampaknya terhadap pertumbuhan dan pengembangan bisnis. Analisis dilakukan dengan mengkaji tantangan yang muncul dalam produksi, pemasaran, dan manajemen stok serta memberikan solusi yang relevan untuk memperbaiki operasional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi produk ini tidak hanya tergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif dan pengelolaan rantai pasokan yang baik. Beberapa tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan bahan baku berkualitas, ketergantungan pada supplier tertentu, serta variasi produk yang menghambat standarisasi produksi. Hal ini menyebabkan ketidakkonsistenan dalam kualitas produk dan ketidakteraturan dalam waktu pengiriman yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan.

Sebagai solusi, disarankan untuk meningkatkan penggunaan platform digital dalam pemasaran produk, mengoptimalkan sistem manajemen stok dengan penggunaan perangkat lunak yang lebih efisien, serta memperkuat hubungan dengan supplier untuk menjamin kelancaran pasokan bahan baku. Selain itu, penting bagi *Sweet Bloom Florist* untuk terus berinovasi dengan menambah varian produk agar dapat menjangkau lebih banyak segmen pasar. Dengan penerapan strategi inovasi produk yang tepat, *Sweet Bloom Florist* dapat mempertahankan daya saingnya dalam industri *florist* dan makanan, sekaligus memperluas pangsa pasarnya.

Kata Kunci: Bisnis, Bunga, Kue, Produksi

ABSTRACT

FLORIST CAKE BOX PRODUCT INNOVATION STRATEGY IN SWEET BLOOM FLORIST BUSINESS

RORI APRIYANTI

21423115

Sweet Bloom Florist is a business that combines the creation of artificial flower arrangements with cakes in the innovative concept of Florist Cake Box. This product aims to meet consumer demand for food with attractive packaging and aesthetic elements. This study focuses on the product innovation strategy implemented by Sweet Bloom Florist, as well as its impact on business growth and development. The analysis was conducted by examining the challenges that arise in production, marketing, and stock management and providing relevant solutions to improve operations.

The results of the study indicate that the success of this product innovation depends not only on product quality, but also on effective marketing strategies and good supply chain management. Some of the main challenges faced are limited quality raw materials, dependence on certain suppliers, and product variations that hinder production standardization. This causes inconsistency in product quality and irregularity in delivery times that have the potential to reduce customer satisfaction.

As a solution, it is recommended to increase the use of digital platforms in product marketing, optimize the stock management system with the use of more efficient software, and strengthen relationships with suppliers to ensure smooth supply of raw materials. In addition, it is important for Sweet Bloom Florist to continue to innovate by adding product variants in order to reach more market segments. By implementing the right product innovation strategy, Sweet Bloom Florist can maintain its competitiveness in the florist and food industry, while expanding its market share.

Keywords: *Business, Flowers, Cakes, Production*

PEDOMAN 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. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Tabel 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	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
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	ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	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 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ -kataba سَلَّ -suila حَوْلَ -hauila
فَاعَلَ -fa'ala كَيْفَ -kaifa

C. Maddah

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

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah

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

Contoh:

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

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup 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 الْبِر -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	الشَّمْسُ	-asy-syamsu
الْقَلَمُ	-al-qalamu	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'khuẓu	النَّوْءُ	-an-nau'u
شَيْءٌ	-syai'un	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:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha fahuwa 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
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ 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:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ 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.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrahim,

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat, perlindungan, dan pertolongan-Nya penulis bisa ada sampai saat ini menyelesaikan laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan hati yang lapang, keadaan yang baik, dan mental yang sehat. Sholawat tidak lupa dijunjung kepada Rasulullah SAW, suri tauladan seluruh umat muslim di dunia hingga akhir zaman.

Seluruh pencapaian penulis ditujukan untuk diri sendiri, keluarga, dan kerabat penulis yang senantiasa menemani semasa perjuangan penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Strategi Inovasi Produk *Florist Cake Box* Pada Bisnis *Sweet Bloom Florist*”. Dengan ini penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.SC., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Penulis mendapatkan pembelajaran yang sangat berharga , pengalaman baru, dan motivasi yang menguatkan penulisa selama proses menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
6. Para dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah berjasa menjadi pelita dalam kegelapan dan memberikan banyak ilmu.
7. Kedua orang tua tercinta, Papa tercinta Kasusi dan Mama tersayang Aminatuzara yang memberi dukungan kuat dan selalu tulus mendoakan kelancaran semua proses Tugas Akhir ini.

8. Abang dan kakak ipar penulis, Candra Wibowo S.Pd dan Islamiah S.Pd. yang sudah banyak sekali memberi support dan bantuan kepada penulis
9. Adik dan keponakan kesayangan dan tercinta yaitu, Naura Nailatul Fitri, Zafran, Mikaila Caitlyn Amina yang menjadi semangat penulis saat jenuh.
10. Teruntuk Esti Monika, sahabat penulis yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu mmenjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama berada diperantauan ini.
11. Kepada FS terima kasih sudah memberi dukungan, motivasi, bantuan dan menemani penulis pada saat pengerjaan Tugas Akhir ini.
12. Tim *Sweet Bloom Florist* yaitu, Aida Churnelia dan ST Rahmatia terima kasih atas kerja sama yang baik, saling support dan membantu penulis selama perintisan bisnis ini
13. Teman pertama diperkuliahan, Anita Dwi Puspitasari terima kasih selalu membantu penulis dari awal perkuliahan dan tidak pernah membiarkan penulis sendirian.
14. Teruntuk Sepia Lanope, Mukhayatunnufus, Imas agniya, Afifatun Naja Rahim, Fitri Wulandari yaitu temen diperkuliahan yang selalu memberi support dan membantu penulis dari awal perkuliahan.
15. Sepupu-sepupu cantik yaitu, Rachel Wilma Miranda, Astutik, Nurita Darningsih yang selalu menghibur penulis selama diperantauan.
16. Terima Kasih untuk teman-teman penulis yang berada dijambi yaitu, Nada Oktavira, Sri rahmadani, Wilda Elfita, Leoni Panasaruri, Zabila Azzara, Fegi Aprilian, Fitri Hanza selalu memberi dukungan selama ini kepada penulis.
17. Teman-teman terkasih penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang sudah berperan aktif membangkitkan semangat penulis dan menjadi tempat bertukar pikiran.

Akhirul kalam, tidak lupa penyampaian kata maaf atas seluruh kesalahan baik dalam penulisan laporan ini maupun perilaku dan segala ucapan penulis yang pernah terucap. Tidak ada manusia yang luput dari kesalahan. Maka dari itu, sebagai bentuk rasa peduli antar sesama, dengan tulus hati penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat menjadi bahan evaluasi penulis. Penulis berharap laporan ini kelak dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rori Apriyanti', with a stylized, flowing script.

Rori Apriyanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KEPUTUSAN BERSAMA.....	x
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA	x
Nomor: 158 Tahun 1987	x
Nomor: 0543b//U/1987	x
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I	24
PENDAHULUAN	24
A. Latar Belakang.....	24
B. Sistematika Penulisan	31

BAB II.....	33
PELAKSANAAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN.....	33
A. Profil Bisnis.....	33
B. Pelaksanaan Bisnis.....	38
BAB III	62
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	62
A. Identifikasi Masalah Produksi	62
B. Tinjauan Teoritis	63
C. Pemecahan Masalah Produksi	64
BAB IV	68
PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan	x
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal	xii
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap	xii
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah	xii
Tabel 2.1 Rencana Operasional Kerja	35
Tabel 2.2 Tabel Capaian Target Aktivitas.....	36
Tabel 2.3 Hasil Mini Riset Desain Produk.....	39
Tabel 2.4 Tabel Hasil Kegiatan Survei <i>Supplier</i> Bahan Baku.....	44
Tabel 2.5 Tabel Survei dan Penentuan Mitra <i>Cake</i>	46
Tabel 2.6 Laporan Stock Opname Sweet Bloom Florist.....	50
Periode 31 Januari 2025	50
Tabel 2.7 Laporan Stock Opname Sweet Bloom Florist.....	51
Periode 31 Februari 2025	51
Tabel 2.8 Laporan Stock Opname Sweet Bloom Florist.....	51
Periode 31 Maret 2025	51
Tabel 2.9 Laporan Stock Opname Sweet Bloom Florist.....	52
Periode 31 April 2025	52
Tabel 2.10 Laporan Stock Opname Sweet Bloom Florist.....	52
Periode 31 Mei 2025	52
Tabel 2.11 Proses <i>Quality Control</i>	53
Tabel 2.12 <i>Checklist Quality Control Florist Cake Box</i>	54

Penjualan Periode Februari 2025.....	54
Tabel 2.13 <i>Checklist Quality Control Florist Cake Box</i>	54
Penjualan Periode Maret 2025.....	54
Tabel 2.13 <i>Checklist Quality Control Florist Cake Box</i>	55
Penjualan Periode April 2025.....	55
Tabel 2.13 <i>Checklist Quality Control Florist Cake Box</i>	56
Penjualan Periode Mei 2025.....	56
Tabel 2.16 Tabel Capaian Target Aktivitas.....	57
Tabel 3.1 Permasalahan Bidang Produksi.....	61
Tabel 3.2 Pemecahan Masalah Bidang Produksi.....	65

DAFTAR GAMBAR

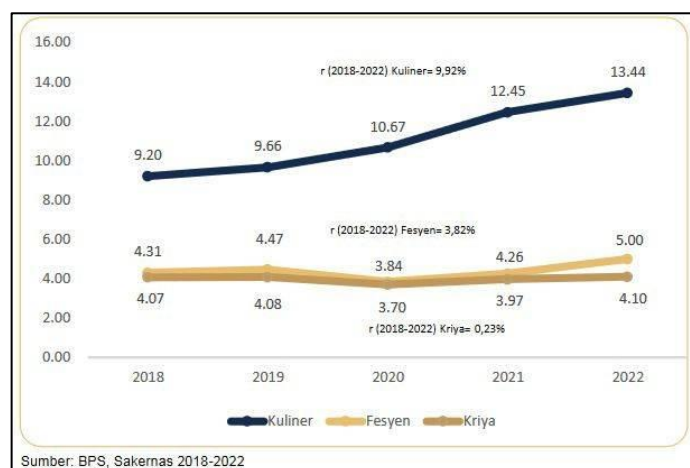
Gambar 1.1 Perkembangan Tenaga Kerja Subsektor Kuliner, Fesyen, dan Kriya Indonesia (juta orang), 2018-2022	24
Gambar 1.2 Hasil survey via <i>Google Form</i>	25
Gambar 1.3 Hasil survei via <i>Google Form</i>	26
Gambar 1.4 Data <i>Google Trends</i>	26
Gambar 1.5 Hasil survei via <i>Google Form</i>	27
Gambar 1.6 Data <i>Google Trends</i>	27
Gambar 1.7 Hasil survei via <i>Google Form</i>	29
Gambar 2.1 Logo <i>Sweet Bloom Florist</i>	33
Gambar 2.2 <i>Polling</i> Konsep Produk	39
Gambar 2.3 <i>Google Trends</i> Minat <i>Florist</i> di Indonesia	39
Gambar 2.4 Florist Box Sweet Bloom Florist.....	40
Gambar 2.5 Supplier Florist Room Jakarta.....	41
Gambar 2.6 Kompetitor <i>Florist Room</i> Jakarta	42
Gambar 2.7 Supplier Supplyflorist	42
Gambar 2.8 Kompetitor <i>Supplyflorist</i>	43
Gambar 2.9 Sertifikat Halal Mitra <i>Cake 1 & 2</i>	47
Gambar 2.10 Bagan Alur Produksi.....	48
Gambar 4.1 Analisis Kompetitor <i>Florist</i> Via Instagram	74
Gambar 4.2 Analisis Kompetitor <i>Florist</i> Via <i>Geogle Maps</i> dan <i>Shopee</i>	74
Gambar 4.3 Pembelian Bahan Baku di Jolie Jogja Wirobrajan	75
Gambar 4.4 Proses Pembuatan <i>Florist Cake Box</i>	75
Gambar 4.5 <i>Quality Checking</i> Produk	76
Gambar 4.6 Produk Florist Cake Box	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berfokus pada penciptaan nilai tambah melalui kreativitas, ide, inovasi, dan keterampilan individu (Munajat, Alvianita Gunawan Putri, Yuyun P. Rahayu, Fifian Permata Sari, A. Besse Dahliana, Devy Sofyanty, Aprianto Soni, Kurniawati, Sri Suyarti, Arfiani Yulianti Fiyul, Irwan, Chaerul Sani, Dian Retnaningdiah, Rukun Santoso, 2022). Tujuan ekonomi kreatif adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui inovasi, menciptakan lapangan kerja, dan mengoptimalkan sumber daya manusia kreatif (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2020). Selain itu, ekonomi ini bertujuan memperkuat identitas budaya, mendukung keberlanjutan, serta meningkatkan daya saing global dengan produk dan layanan yang bernilai tinggi. Melalui pengembangan kreativitas dan teknologi, ekonomi kreatif juga berkontribusi pada diversifikasi ekonomi dan pariwisata (Aryanti & Utami, 2022).



Gambar 1.1 Perkembangan Tenaga Kerja Subsektor Kuliner, Fesyen, dan Kriya Indonesia (juta orang), 2018-2022
(Sumber: BPS, Sakernas 2018-2022)

Gambar tersebut menunjukkan tren pertumbuhan tiga sektor industri kreatif di Indonesia pada periode 2018 hingga 2022, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya. Sektor kuliner mengalami pertumbuhan paling signifikan, dengan tingkat pertumbuhan rata-rata sebesar 9,92% per tahun, meningkat dari 9,20% pada 2018 menjadi 13,44% pada 2022. Sementara itu, sektor fesyen juga bertumbuh, meski dengan laju yang lebih lambat, yaitu 3,82% per tahun, dari 4,31% pada 2018 menjadi 5,00% pada 2022. Di sisi lain, sektor kriya cenderung stagnan dengan tingkat pertumbuhan rata-rata hanya 0,23%, dari 4,07% pada 2018 menjadi 4,10% pada 2022.

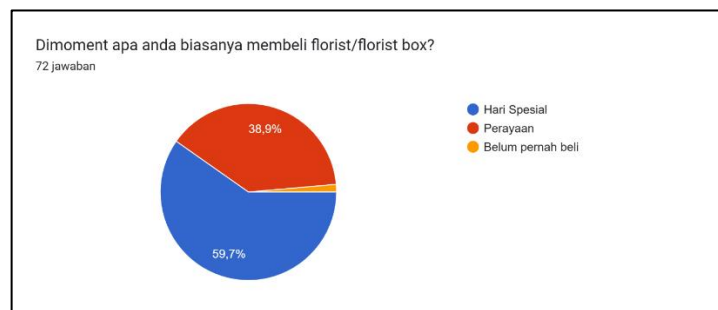
Florist adalah usaha ekonomi kreatif yang memanfaatkan keindahan bunga untuk menarik pelanggan melalui kreativitas dalam merangkai bunga menjadi karya seni. Selain menjual bunga, *florist* menciptakan pengalaman emosional bagi konsumen dengan menyesuaikan rangkaian bunga untuk berbagai acara (Rosnani et al., 2024). hal ini didukung dari hasil pengisian google form bahwa *factor* keindahan menjadi factor paling berpengaruh bagi seseorang untuk membeli produk *florist*.



Gambar 1.2 Hasil survey via *Google Form*

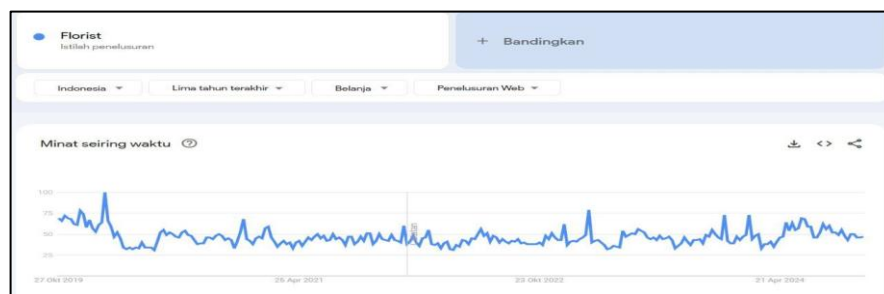
Bunga umumnya dikenal sebagai tanaman dengan berbagai variasi warna, bentuk, dan jenis yang sangat dihargai dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Bunga tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika untuk memperindah lingkungan, tetapi juga memainkan peran penting dalam tradisi budaya, upacara keagamaan, dan perayaan (Aryanti & Utami, 2022).

Kesadaran masyarakat akan pentingnya merayakan momen spesial semakin meningkat, dengan banyak orang menyadari bahwa memberikan sesuatu kepada orang yang berharga dapat memotivasi usaha kreatif dalam merencanakan hadiah yang tepat untuk orang tercinta (Susanto, 2016). Bisnis bunga di Indonesia memiliki potensi besar dengan permintaan tinggi saat momen-momen spesial seperti pernikahan, Hari Valentine, dan acara Kreativitas *florist* dalam menawarkan rangkaian unik dan personalisasi produk menjadi daya tarik tambahan dalam industri ini, membuka peluang besar bagi bisnis bunga di Indonesia.



Gambar 1.3 Hasil survei via *Google Form*

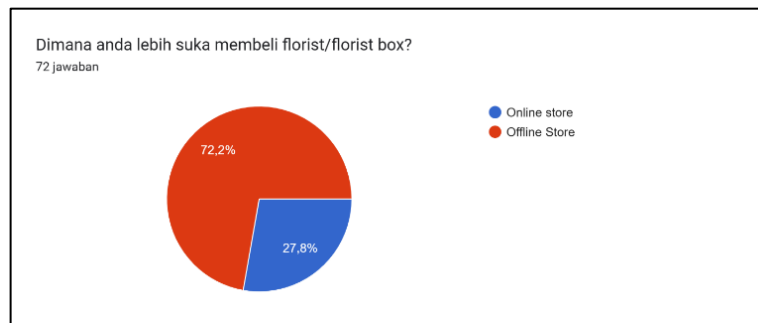
Berdasarkan hasil pengisian google form oleh mahasiswa dari berbagai universitas di Yogyakarta tren *florist* paling sering dilakukan ketika terdapat hari spesial. *Florist* untuk hari spesial menyediakan rangkaian bunga dan dekorasi khusus untuk momen penting, seperti ulang tahun atau pernikahan. Mereka menawarkan bunga segar dengan makna tertentu dan layanan tambahan seperti kartu ucapan, pengemasan, serta pengiriman tepat waktu untuk menciptakan kenangan indah bagi penerima.



Gambar 1.4 Data *Google Trends*

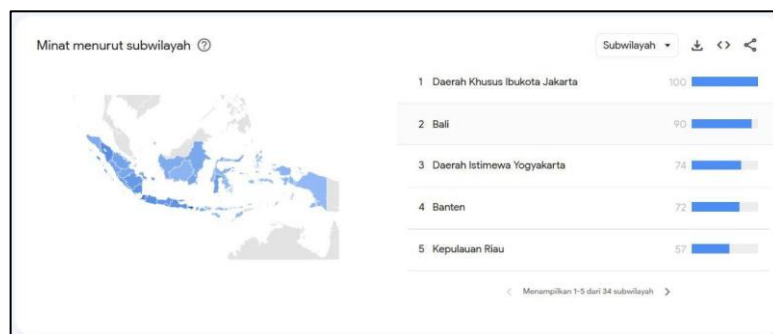
(Sumber: *trends.google.com*)

Berdasarkan data dari *Google Trends*, terlihat bahwa tren *florist* menunjukkan pola yang stabil dari tahun ke tahun, dengan seringkali mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk *florist* tetap konsisten, dan dalam beberapa periode, ada lonjakan permintaan yang mencolok. Kenaikan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk meningkatnya kesadaran akan pentingnya bunga dalam merayakan berbagai momen spesial, seperti ulang tahun, pernikahan, dan perayaan hari besar. Personal branding juga menjadi tren, di mana florist menawarkan rangkaian bunga yang sesuai dengan tema atau identitas tertentu, menambah sentuhan personal dan keunikan pada produk (Rosnani et al., 2024).



Gambar 1.5 Hasil survei via *Google Form*

Dari hasil penyebaran google form juga didapatkan bahwa sebagian besar responden lebih sering melakukan pembelian produk kerajinan *florist* di *offline store*. Hal ini dimungkinkan karena dengan mendatangi *offline store* mereka akan melihat secara langsung bentuk fisik dari produk dan dapat memilihnya.



Gambar 1.6 Data *Google Trends*

(Sumber: *trends.google.com*)

Tingkat minat pada *florist* berdasarkan subwilayah di Indonesia beragam. Lima wilayah dengan tingkat minat tertinggi adalah Daerah Khusus Ibukota Jakarta dengan skor tertinggi, yaitu 100, diikuti oleh Bali dengan skor minat 90, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan skor 74, Banten dengan skor 72, dan Kepulauan Riau dengan skor 57. Peta di samping menunjukkan distribusi minat secara geografis di berbagai wilayah di Indonesia, dengan warna biru yang menunjukkan tingkat minat yang relatif tinggi di wilayah tertentu.

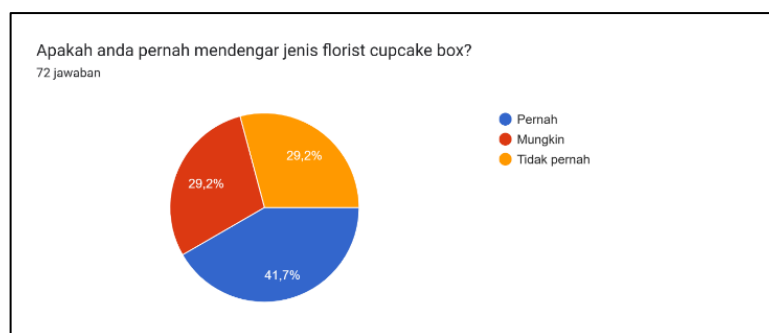
Dilihat dari tingkat minat yang ditunjukkan dalam data tersebut, Yogyakarta menempati posisi ketiga tertinggi di antara wilayah-wilayah lain di Indonesia, menjadikannya salah satu kota dengan peluang sangat baik untuk pengembangan bisnis *florist*. Minat yang tinggi ini mencerminkan potensi pasar yang besar, di mana masyarakat Yogyakarta tampak antusias terhadap inovasi dalam industri kreatif, termasuk *florist*.

Di Yogyakarta sendiri sudah banyak usaha *florist*, namun kebanyakan bunga yang dipasarkan berupa *bucket* dengan inovasi yang berfokus pada bentuk dan kemasan, terutama penggunaan bunga segar. Hal ini menyebabkan penerima bunga tidak dapat menyimpannya dalam waktu lama karena bunga tersebut akan layu. Penjualan bunga segar juga memiliki risiko tinggi bagi penjual, karena jika bunga tidak terjual dalam beberapa hari, bunga tersebut akan layu dan tidak layak dijual kembali. Oleh karena itu, Bisnis *florist* ini juga harus terus melakukan pengembangan dan inovasi agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

Florist cake box dapat menjadi solusi inovatif dalam pengembangan produk *florist* yang mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Produk ini tidak hanya menawarkan nilai estetika yang tinggi tetapi juga menghadirkan keunikan melalui kombinasi elemen bunga dan *cake* yang tidak biasa. Kombinasi bunga *artificial* yang tahan lama dan *cake* sebagai isiannya memberikan sentuhan visual yang elegan sekaligus berfungsi sebagai camilan lezat yang dapat dinikmati. Inovasi ini menjadikan *florist cake box* pilihan yang ideal untuk perayaan khusus, seperti ulang tahun, pernikahan, atau momen spesial lainnya.

Dalam usaha yang akan penulis jalankan akan menonjolkan ciri khas yang tidak hanya mengutamakan keindahan, tetapi juga berfokus pada keberlanjutan lingkungan, yakni dengan menggunakan bunga yang terbuat dari bahan daur ulang. Hal ini akan menjadi inovasi yang menarik bagi masyarakat karena produk yang ditawarkan tidak hanya menghadirkan estetika tetapi juga keberlanjutan lingkungan. Dengan menggabungkan aspek visual yang memikat dan cita rasa yang menggugah selera, produk ini diharapkan mampu menarik minat berbagai kalangan, memberikan pengalaman yang unik dan berbeda dari produk lainnya di pasaran.

Sweet Bloom Florist adalah bisnis yang menggabungkan dua jenis produk, yaitu bunga *artificial* dan *cake* dalam kemasan *box*. *Sweet Bloom Florist* dapat menjadi pilihan unik untuk berbagai acara seperti ulang tahun, pernikahan, hari *valentine*, atau acara khusus lainnya. Selain itu, kemasannya yang cantik dan menarik membuat bisnis ini cocok sebagai hadiah untuk orang-orang terkasih. Urgensi bidang produksi pada bisnis *Sweet Bloom Florist* terletak pada penggabungan dua jenis produk, yaitu bunga *artificial* dan *cake* dalam satu kemasan *box* yang menarik. Kombinasi ini menciptakan nilai tambah karena menyatukan elemen visual yang estetik dari bunga dengan kelezatan makanan manis yang disukai banyak orang. Dengan menyediakan produk yang unik dan berbeda, bisnis ini memiliki peluang untuk menonjol di pasaran, memenuhi kebutuhan konsumen akan hadiah atau hantaran yang inovatif dan elegan.



Gambar 1.7 Hasil survei via *Google Form*

Dalam pelaksanaan survey tentang pengetahuan masyarakat dan mahasiswa tentang *florist cake box* didapatkan bahwa kebanyakan dari mereka sudah ada yang pernah menegtahui namun juga tidak sedikit yang belum pernah mengetahui produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *florist cake box* merupakan produk yang masih minim di dunia bisnis *florist* sehingga menjadi peluang besar untuk pengembangan usaha.

Sebelum memulai bisnis, penulis telah melakukan riset pasar melalui media sosial Instagram. Hasil riset dari *polling* Instagram menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih tertarik pada *Sweet Bloom Florist* dibandingkan pilihan lain. Dari 54 responden, 61% memilih untuk memberikan produk *Sweet Bloom Florist*, 26% memilih makanan, dan 13% memilih *bucket* bunga. Hasil riset ini menunjukkan bahwa beberapa bisnis lebih cenderung menjual *bucket* bunga dengan variasi dan kemasan, sementara *Sweet Bloom Florist* masih jarang dijumpai dan memiliki keunggulan dalam beberapa aspek, terutama dalam hal kompetisi dan harga.

Melalui voting di Instagram, banyak yang memilih *Sweet Bloom Florist* dibandingkan dengan makanan atau *bucket* bunga lainnya. Dari pengamatan terhadap kompetitor, terlihat bahwa mayoritas bisnis serupa fokus pada keindahan dan estetika bunga, dengan sedikit yang memiliki ide yang sama dengan *Sweet Bloom Florist*. Sedangkan, dari segi pasar, penulis mencatat bahwa banyak kompetitor menetapkan harga cukup tinggi untuk produk mereka karena menawarkan bahan berkualitas premium. Oleh karena itu, penulis berusaha untuk memberikan harga yang lebih terjangkau, terutama untuk mahasiswa dan remaja.

Dalam bisnis ini, penulis menawarkan beberapa ukuran produk agar lebih terjangkau bagi pelanggan. Dengan memberikan nilai yang baik untuk uang, penulis yakin dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada. Meskipun menawarkan harga lebih murah, penulis tetap berkomitmen untuk menjaga standar kualitas tinggi dalam semua aspek, termasuk keberlanjutan lingkungan. Untuk penjualan, penulis memilih sistem *online* dengan opsi pengantaran atau penjemputan.

Dengan menawarkan produk bunga *artificial*, bisnis ini juga dapat mengurangi biaya operasional yang biasanya diperlukan untuk penggantian stok bunga segar. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendukung profitabilitas jangka panjang, menjadikannya lebih berdaya saing di pasar yang dinamis.

Dari segi kompetitor, penulis melihat bahwa *Sweet Bloom Florist* memiliki peluang yang bagus karena belum banyak pesaing dan banyak peminat yang ingin mencoba produk ini yang berbeda dari produk *florist* lainnya. Hal ini menciptakan peluang besar bagi *Sweet Bloom Florist* untuk memasuki pasar dengan strategi yang tepat dan menarik minat banyak pelanggan.

Hasil pengisian *Google Form* menunjukkan bahwa mayoritas responden tertarik pada produk *florist cake box*, terutama karena adanya kombinasi inovatif antara bunga *artificial* dan *cake* bolu pisang. Inovasi ini dinilai unik dan memberikan daya tarik visual yang kuat, menjadikan produk lebih menarik sebagai pilihan untuk berbagai acara spesial, seperti ulang tahun, perayaan, atau hadiah personal.

Selain menarik secara visual, konsep dari *florist cake box* ini juga mencakup keberlanjutan lingkungan, yang menjadi daya tarik tambahan bagi responden. Mereka tertarik dengan pendekatan yang tidak hanya memperhatikan keindahan dan presentasi, tetapi juga memperhitungkan aspek lainnya, terutama pada bahan-bahan baku yang digunakan dalam *florist cake box*. Misalnya, pemilihan bahan baku bunga, *cake* dan lainnya.

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada dasarnya memuat uraian rinci mengenai tahapan pembahasan yang berlangsung. Adapun dalam perintisan ini terdiri dari empat bab:

BAB I ANALISIS SITUASI

Bab I menjelaskan terkait kumpulan informasi terkait kebutuhan konsumen sebagai potensi pasar yang membutuhkan tas fungsional, simpel, dan memiliki nilai estetika (*elegant*). Bab ini juga menjelaskan terkait potensi pasar dan usaha sejenis yang telah ada serta *positioning* produk di pasar kelak. Hal ini

bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi serta mampu merumuskan solusi yang tepat.

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Bab II menjelaskan tentang rangkaian aktivitas yang akan dilakukan selama proses perintisan bisnis dari tinjauan aspek. Tinjauan aspek tersebut meliputi tinjauan dari aspek sumber daya, aspek operasional produksi, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Kemudian, dalam bab ini juga memberikan gambaran umum profil bisnis termasuk didalamnya bidang usaha, lokasi, waktu berdiri usaha, dan perkembangan usaha.

BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

Bab III menjelaskan tentang permasalahan yang berasal dari aspek-aspek baik dari sisi pemasaran, keuangan, SDM, maupun operasional. Sehingga, menghasilkan sebuah rumusan kebijakan pemecahan masalah dari berbagai tinjauan teori sekaligus untuk mengetahui bagaimana rancangan program pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis dapat menyelesaikan permasalahan tersebut

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

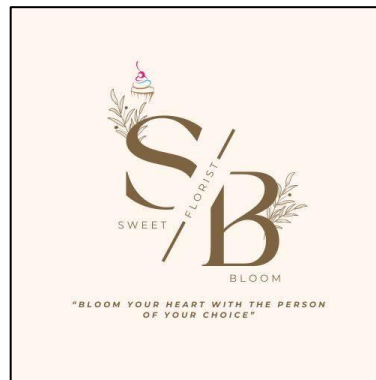
Bab IV merupakan kesimpulan dari hasil pembahasan yang menyesuaikan dengan kegiatan perintisan bisnis yang terjadi di lapangan. Kesimpulan ini juga menghasilkan sebuah saran yang memberi masukan dari hasil kegiatan perintisan bisnis yang telah dilakukan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

A. Profil Bisnis

Di tengah meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk kreatif yang bersifat personal dan bermakna, sektor industri kreatif terus berkembang dengan berbagai inovasi. Salah satu bidang usaha yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah usaha berbasis hadiah tematik yang menggabungkan estetika dan konsumsi. *Sweet Bloom Florist* hadir sebagai salah satu pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang ini dengan menghadirkan konsep produk inovatif yang menggabungkan bunga *artificial* dan *cake* dalam satu kemasan eksklusif. Strategi inovasi produk ini tidak hanya memberikan nilai tambah estetis, tetapi juga menjawab kebutuhan masyarakat akan pilihan hadiah yang unik dan berkesan.



Gambar 2.1 Logo *Sweet Bloom Florist*

Logo pada bisnis *Sweet Bloom Florist* yang mengusung inovasi produk *Florist cake Box* dengan bahan kue dirancang secara strategis untuk merepresentasikan identitas merek yang menggabungkan estetika bunga dengan sentuhan manis dari makanan. Penggunaan inisial “S” dan “B” yang merupakan singkatan dari “*Sweet Bloom*” memberikan kesan sederhana namun tetap elegan. Desain tipografi yang bersifat serif memberikan nuansa formal dan eksklusif,

yang sesuai dengan target pasar kelas menengah ke atas yang mengutamakan estetika dan kualitas. Simbol floral yang mengapit kedua huruf mencerminkan identitas bisnis sebagai *florist*, sementara elemen *cake* di atas huruf “S” menggambarkan integrasi antara produk makanan dan bunga sebagai satu kesatuan dalam inovasi produk yang ditawarkan.

Pemilihan warna coklat muda dan krem sebagai palet utama mencerminkan kesan natural dan hangat, sejalan dengan konsep produk. Slogan “*Bloom your heart with the person of your choice*” menambahkan makna emosional dan personal dalam penyampaian produk, yang menggarisbawahi aspek afeksi dan hubungan interpersonal, elemen penting dalam bisnis *gifting* dan *florist*. Logo ini tidak hanya menjadi identitas visual, tetapi juga merupakan representasi dari nilai dan strategi bisnis yang diusung, yaitu memberikan pengalaman yang holistik antara visual (bunga), rasa (kue), dan emosional (pesan personal) (Ula et al., 2022).

Bidang usaha yang dijalankan oleh *Sweet Bloom Florist* mencerminkan karakteristik bisnis kreatif yang mampu menjawab kebutuhan pasar melalui pendekatan inovatif, dengan menggabungkan dua komponen utama, *florist* dan kuliner. Produk utama berupa *florist cake box* menandai transformasi dari bentuk hadiah konvensional menjadi hadiah modern yang personal, praktis, dan berkesan dalam satu kemasan elegan. Kombinasi ini menjadikan produk *Sweet Bloom Florist* sebagai pilihan ideal untuk beragam perayaan dan momen spesial, seperti ulang tahun, pernikahan, hingga perayaan korporat.

Sweet Bloom Florist menetapkan visi jangka panjang sebagai pelopor dalam penyediaan produk hadiah tematik yang tidak hanya menonjolkan keindahan visual, tetapi juga nilai emosional. Tujuan utama dari usaha ini adalah menciptakan alternatif baru dalam budaya pemberian hadiah, yang selama ini umumnya terbatas pada bunga segar atau kue-kue konvensional. Melalui *florist cake box*, bisnis ini ingin membangun kebiasaan baru di tengah masyarakat dalam memilih hadiah yang tidak hanya menarik secara estetis tetapi juga berkesan secara emosional.

Adapun target konsumen utama *Sweet Bloom Florist* berada pada rentang usia 20 hingga 40 tahun, yang umumnya memiliki daya beli stabil, gaya hidup aktif, serta kesadaran tinggi terhadap pentingnya penampilan produk, dan makna emosional. Kalangan perempuan menjadi target dominan, mengingat kecenderungan mereka untuk membeli dan memberikan hadiah dengan nilai estetis dan simbolik yang tinggi. Selain itu, keberadaan produk yang visualnya menarik menjadikan *Sweet Bloom Florist* sangat potensial untuk dipromosikan melalui strategi pemasaran digital dan kolaborasi dengan *influencer* media sosial.

Sebagai langkah untuk mencapai visi bisnis yang telah ditetapkan, *Sweet Bloom Florist* membentuk tim dan membagi tugas serta tanggung jawab kepada masing-masing anggota. Pembagian ini didasarkan pada kemampuan dan keahlian setiap anggota, yang sebelumnya telah didiskusikan bersama sebelum memulai proses perintisan bisnis.

Tim *Sweet Bloom Florist* terdiri dari tiga orang yang secara kolektif menjalankan operasional bisnis, mencakup bidang produksi, pemasaran, dan keuangan. Meskipun semua bidang dikelola bersama, tetap ada pembagian tanggung jawab yang jelas. Berikut ini adalah rencana kegiatan operasional yang akan dijalankan dalam masa perintisan bisnis dari bidang produksi tersebut:

Tabel 2.1 Rencana Operasional Kerja

Bidang	Kegiatan
Produksi	1. Perencanaan konsep produk (model <i>florist box</i>, warna, inovasi) 2. Survei supplier bahan baku 3. Menentukan <i>supplier</i> bahan baku 4. Survei mitra cake 5. Menentukan mitra <i>cake</i>

Bidang	Kegiatan
	6. Melakukan sampling produk 7. Produksi produk 8. <i>Quality control</i> 9. Pencatatan <i>stock</i> atau persediaan 10. Melakukan Evaluasi

Dalam melaksanakan rencana kegiatan operasional produksi, maka dirancanglah beberapa rancangan program kerja pada bidang produksi beserta *key performance indicator* (KPI) atau capaian target aktivitas produksi.

Tabel 2.2 Tabel Capaian Target Aktivitas

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)
Mencari dan survey <i>supplier</i> bunga yang sesuai standar	1. Informasi berupa kontak dan alamat <i>offline store supplier</i> 2. Menilai kualitas bunga dari setiap <i>supplier</i> 3. Mendapatkan <i>supplier</i> yang menyediakan banyak variasi bunga yang berkualitas
Menentukan <i>supplier</i> bunga	Menetapkan <i>supplier</i> bunga yang sesuai standar selama perintisan bisnis ini berlangsung
Mencari dan survey mitra <i>cake</i> yang sesuai standar	1. Informasi berupa kontak dan alamat <i>offline store</i> mitra 2. Menilai kualitas <i>cake</i> dari setiap mitra 3. Mengukur komitmen

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)
	kerjasama dari setiap mitra selama perintisan bisnis ini berlangsung 4. Informasi masa simpan <i>cake</i>
Menentukan 2 mitra <i>cake</i> yang sesuai standar	Bekerjasama dengan mitra sesuai dengan permintaan produk yang sudah di sepakati dan komitmen selama perintisan bisnis ini berlangsung
Melakukan percobaan pembuatan produk <i>Sweet Bloom Florist</i> untuk sampel dan uji masa simpan <i>cake</i>	1. Menghasilkan produk <i>Sweet Bloom Florist</i> sesuai dengan kualitas yang diinginkan 2. Memastikan masa simpan <i>cake</i> yang sesuai dari informasi mitra
Melakukan pencatatan <i>stock</i> atau persediaan produksi produk	1. Kualitas produk sesuai standar mutu 2. Produk yang di produksi sesuai dengan permintaan <i>customer</i>
<i>Quality control</i>	1. Mengecek setiap produk yang sudah jadi mulai dari kualitas bunga yang dipakai, <i>cake</i> dan <i>packaging</i> 2. Memastikan setiap produk telah sesuai dengan standar mutu produk yang sudah ditentukan
Melakukan pencatatan <i>stock</i> atau persediaan	Memastikan ketersediaan bahan baku tetap terjaga dan menghindari <i>stock-</i>

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)
	<i>out</i> yang bisa mengganggu proses produksi
Manajemen penyimpanan dan pengendalian <i>stock</i> bahan baku	1. Mengukur seberapa cepat <i>stock</i> bahan baku digunakan dalam periode waktu tertentu 2. <i>Stock</i> tidak boleh kurang dari <i>safety stock</i>

B. Pelaksanaan Bisnis

Sweet Bloom Florist mulai menjalankan bisnisnya pada bulan Januari 2025. Seluruh kegiatan perintisan bisnis dan penyusunan laporan dilaksanakan selama 5 bulan, yakni dari Januari hingga Mei 2025. Untuk mendukung kelancaran operasional bisnis, penulis telah menyusun beberapa rumusan program perintisan bisnis yang telah dirancang khususnya dalam aspek produksi yaitu :

1. Riset Spesifikasi Produk

Riset spesifikasi produk ini dilakukan sebagai langkah awal dalam merancang konsep produk *florist cake box*. Tujuan utama dari riset ini adalah untuk memahami secara mendalam kebutuhan, keinginan, dan preferensi konsumen terhadap produk yang akan dikembangkan. Dengan menggali informasi tersebut, diharapkan tim *Sweet Bloom Florist* pengembang produk dapat menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan sesuai dengan ekspektasi pasar sasaran.

Tabel 2.3 Hasil Mini Riset Desain Produk

Konsep produk yang dipilih

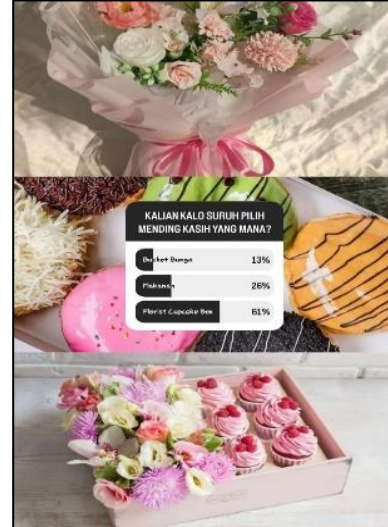
Hasil *polling*:

Dari 54 responden, 61% memilih untuk memberikan produk *Sweet Bloom Florist*, 26% memilih makanan, dan 13% memilih *bucket bunga*.

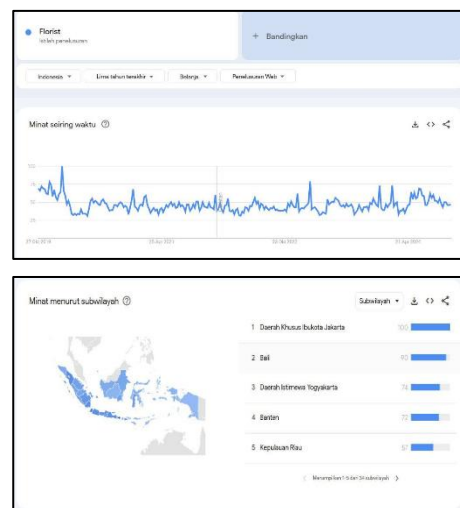
Kesimpulan:

Hasil riset dari *polling* Instagram menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih tertarik pada konsep produk *Sweet Bloom Florist* dibandingkan pilihan lain.

Dari hasil riset melalui *google trends*, tingkat minat pada *florist* berdasarkan subwilayah di Indonesia beragam dan Daerah Istimewa Yogyakarta menempati Tingkat minat *florist* ke 3 di Indonesia dengan skor 74.



Gambar 2.2 *Polling* Konsep Produk



Gambar 2.3 *Google Trends* Minat *Florist* di Indonesia

Sumber: *trends.google.com*

2. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk ini ditetapkan berdasarkan hasil mini riset, survei konsumen, dan diskusi tim *Sweet Bloom Florist*, guna memastikan produk memenuhi standar estetika, fungsionalitas, dan daya tarik pasar.



Gambar 2.4 Florist Box Sweet Bloom Florist

- 1) Model *box* kombinasi : Kemasan berbentuk persegi panjang dengan dua ruang, satu untuk bunga dan satu untuk *cake*.
- 2) Ukuran *box large* : Panjang *box* 26 cm, lebar 18 cm, tinggi 29 cm termasuk tutup. Bagian dalamnya ada dua ruang, ruang 1 dengan ukuran 14,5 cm untuk *cake* dan ruang 2 9 cm untuk bunga.
- 3) Ukuran *box medium* : Panjang *box* 24 cm, lebar 16 cm, tinggi 28,5 cm termasuk tutup. Bagian dalamnya ada dua ruang, ruangan 1 dengan ukuran 13,5 cm untuk *cake* dan ruangan dua 2 dengan ukuran 7 cm untuk bunga.
- 4) Warna *box* : *Sweet Bloom Florist* menawarkan 2 pilihan warna yaitu *pink* dan kuning.
- 5) Harga : *Florist cupcake* bolu pisang *gluten-free medium* (Rp 165.000) *large* (Rp 220.000), *florist cupcake* bolu pisang coklat *medium* (Rp 155.000) *large* (Rp 205.000), *florist cupcake vanilla/coklat medium* (Rp 160.000) *large* (Rp 215.000), *florist bento fudgy brownies medium* (Rp 140.000) *large* (Rp 170.000)
- 6) *Material box* : Karton atau *duplex* dan mika bening
- 7) Logo : Berbentuk stiker dengan desain elegan bertulisan S/B (*Sweet Bloom Florist*)

3. Alat dan bahan baku produksi

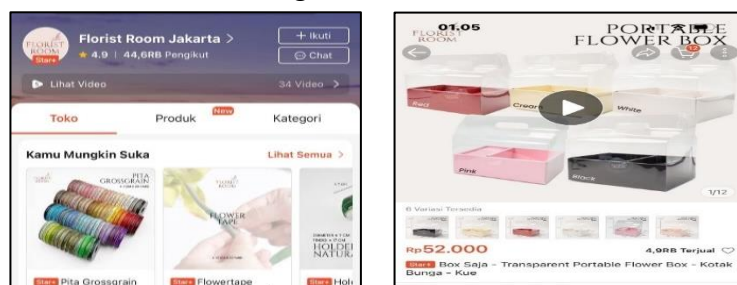
menentukan alat dan bahan baku produksi merupakan salah satu langkah terpenting dalam merintis sebuah ide bisnis. Produk yang dibuat dari bahan yang tepat dan melalui proses yang terencana, akan lebih bernilai atau berkualitas untuk meyakinkan kepercayaan konsumen. Sebelum memulai menentukan alat dan bahan baku produksi *Sweet Bloom Florist*, terlebih dahulu dilakukan survey secara langsung dan via *marketplace* Shopee. Berikut ini merupakan hasil penentuan alat dan bahan baku produksi yang digunakan setelah melalui proses survey:

a. Survei dan penentuan Alat dan Bahan Baku Produksi

Survei untuk menentukan jenis *box* dilakukan dengan survey melalui *marketplace* Shopee dengan membandingkan beberapa pilihan *box* dari beberapa toko. Pertimbangan utama yaitu dari aspek harga, kualitas dan *review customer*. Berdasarkan hasil survei tim *Sweet Blomm Florist* memilih 2 toko yang paling pas sebagai *supplier box* yang akan digunakan.

1) *Florist Room* Jakarta

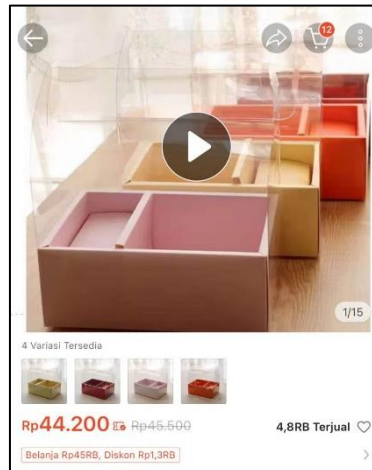
Merupakan *supplier box large*, Tim *Sweet Bloom Florist* memilih toko ini karena memiliki penilaian 4.9/5.0 dengan 44,6rb pengikut di Shopee dan *review customer* rata-rata baik dan memberikan bintang 5.



Gambar 2.5 Supplier Florist Room Jakarta

Sebelum menentukan *Florist Room* Jakarta sebagai *supplier box large*, dilakukan survei terlebih dahulu terhadap beberapa kompetitor. Walaupun kompetitor memiliki harga yang lebih murah,

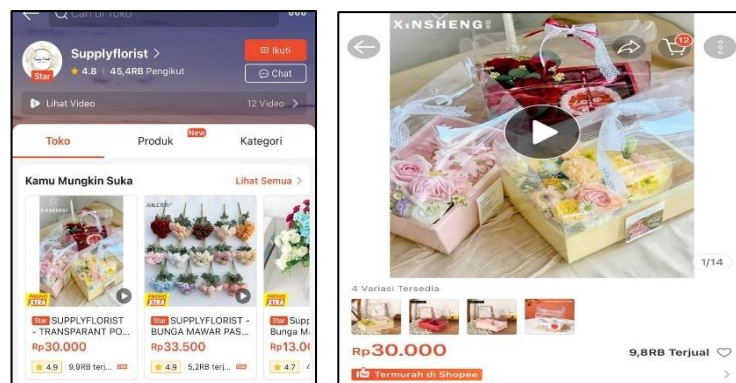
namun produk yang tersedia tidak sesuai dengan kebutuhan dan memiliki beberapa kekurangan yang bisa mempengaruhi produk *Sweet Bloom Florist*. Berikut ini merupakan salah satu kompetitor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan *supplier box large*:



Gambar 2.6 Kompetitor *Florist Room* Jakarta

2) *Supplyflorist*

Merupakan *supplier box medium*, toko ini memiliki penilaian 4.8/5.0 dengan 45,4rb pengikut di Shopee dan *review customer* yang rata-rata baik, serta memiliki *range* harga standar dari kompetitor lainnya.



Gambar 2.7 Supplier *Supplyflorist*

Sebelum menentukan *Supplyflorist* sebagai *supplier* box medium, tim terlebih dahulu melakukan survei terhadap kompetitor, namun dari hasil survei kompetitor produk yang mereka tawarkan memiliki harga yang lebih tinggi dengan keunggulan kualitas box yang sama dengan *supplyflorist* . Berikut ini merupakan salah satu kompetitor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan *supplier* box medium :



Gambar 2.8 Kompetitor *Supplyflorist*

b. Alat Produksi *Sweet Bloom Florist*

Dalam menjalankan bisnis *Sweet Bloom Florist*, terdapat beberapa alat utama yang digunakan dalam proses produksi yaitu:

- 1) Gunting
- 2) Pisau
- 3) Lem
- 4) Tang

c. Survei dan Penentuan *Supplier* Bahan Baku

Sebagai bagian dari upaya menjaga kualitas produk dan memperluas jaringan pemasok bahan baku, *Sweet Bloom Florist* telah melakukan survei terhadap beberapa *supplier* bahan baku bunga *artificial* dan bahan baku lainnya. Pemilihan *supplier* ini sangat

penting untuk memastikan keberlanjutan kualitas, ketersediaan bahan, serta harga yang bersaing. Dalam hal ini, penulis melakukan survei pada beberapa *supplier offline* dan *online* yang menyediakan bahan-bahan yang diperlukan untuk proses produksi. Berikut ini adalah hasil survei dari beberapa *supplier* yang dipertimbangkan oleh *Sweet Bloom Florist*.

Tabel 2.4 Tabel Hasil Kegiatan Survei *Supplier* Bahan Baku

Nama Supplier	Kekurangan	Kelebihan
Jolie Jogja Wirobrajan (<i>Supplier offline</i>)	Akses lokasi yang lumayan jauh dari tempat tinggal penulis.	1. Kualitas bunga <i>artificial</i> yang bagus 2. Stok bunga <i>artificial</i> yang lengkap dengan banyak varian. 3. Bunga yang dijual memiliki harga yang lebih terjangkau. 4. Terdapat bahan baku produksi lainnya seperti pita, lem, dan juga <i>styrofoam</i>.
Satria mataram (<i>supplier offline</i>)	1. Stok bunga <i>artificial</i> dan varian bunga <i>artificial</i> yang terbatas. 2. Akses lokasi yang lumayan jauh dari tempat tinggal penulis.	1. Bunga yang dijual memiliki harga yang lebih terjangkau. 2. Terdapat bahan baku produksi lainnya seperti pita, lem, dan juga <i>styrofoam</i>.

Nama Supplier	Kekurangan	Kelebihan
Adele <i>accessories jogja</i> (<i>Supplier offline</i>)	Stok bunga <i>artificial</i> dan varian bunga <i>artificial</i> yang terbatas.	1. Bunga yang dijual memiliki harga yang lebih terjangkau. 2. Stok bunga sering diperbaharui, memberikan pilihan yang lebih segar.
SOM17 (<i>Supplier online/shopee</i>)	1. Pengiriman mungkin memakan waktu lebih lama. 2. Resiko kerusakan pada saat pengiriman. 3. Harga yang relatif lebih tinggi.	1. Menyediakan bunga dengan kualitas yang baik dengan berbagai pilihan jenis bunga <i>artificial</i> . 2. Terdapat bahan baku produksi lainnya seperti pita, lem, dan juga <i>styrofoam</i> .
TIB-Grosir <i>Official Store</i> (<i>Supplier online/shopee</i>)	1. Pengiriman mungkin memakan waktu lebih lama. 2. Resiko kerusakan pada saat pengiriman.	1. Bunga yang dijual memiliki harga yang lebih terjangkau. 2. Stok bunga <i>artificial</i> yang lengkap dengan banyak varian.

Pemilihan *supplier* bahan baku yang tepat merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan dan keberhasilan operasional *Sweet Bloom Florist*. Setelah melakukan berbagai macam pertimbangan berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, tim *Sweet Bloom Florist* memilih Jolie Jogja Wirobrajan sebagai *Supplier* bahan baku. Jolie Jogja Wirobrajan menawarkan harga bunga dan bahan baku lainnya yang lebih terjangkau dengan kualitas yang baik dan

stok bunga *artificial* yang lengkap dari *supplier* lain. Kemudian, yang menjadi pertimbangan adalah jarak Jolie Jogja Wirobrajan dengan tempat produksi *Sweet Bloom Florist* yang lumayan jauh sekitar 42 menit. Meski demikian, hal tersebut masih dapat menjadi pertimbangan mengingat tim *Sweet Bloom Florist* tidak melakukan pembelian bahan baku setiap hari, melainkan hanya pada waktu-waktu tertentu.

d. Survei dan Penentuan Mitra *Cake*

Survei dilakukan secara *online* melalui media sosial dan komunikasi dengan mitra melalui *WhatsApp* oleh tim *Sweet Bloom Florist*, tujuan survei ini untuk menentukan mitra *cake* yang digunakan untuk produksi bisnis *Sweet Bloom Florist* dengan kriteria mitra dari segi rasa, tampilan, ketepatan waktu, dan kesesuaian dengan brand *Sweet Bloom Florist*. Berikut ini adalah hasil survei dari beberapa mitra yang dipertimbangkan oleh tim *Sweet Bloom Florist*.

Tabel 2.5 Tabel Survei dan Penentuan Mitra *Cake*

Nama Mitra	Kekurangan	Kelebihan
Bunnybite	<i>Owner</i> susah dihubungi atau <i>slow respon</i>	1. Rasa <i>cake</i> yang enak dengan harga yang terjangkau 2. Tampilan <i>cake</i> yang sangat menarik dan banyak varian
Dapur Chloe	Hanya bisa dipesan pada hari-hari tertentu	1. Rasa <i>cake</i> yang enak dengan harga terjangkau

Nama Mitra	Kekurangan	Kelebihan
		2. Tampilan <i>cake</i> yang sangat menarik dan banyak varian 3. <i>Owner</i> sangat <i>fast respon</i>
Nura <i>Cake</i>	-	1. Bisa dipesan H-1 pengambilan 2. Rasa <i>cake</i> yang enak dengan harga terjangkau 3. Tampilan <i>cake</i> yang sangat menarik dan banyak varian 4. <i>Owner</i> sangat <i>fast respon</i>

Setelah mempertimbangkan berbagai aspek dari hasil survei yang telah dilakukan, tim *Sweet Bloom Florist* memutuskan untuk bekerja sama dengan dua mitra penyedia *cake*, yaitu Dapur Chloe sebagai mitra 1 dan Nura *Cake* sebagai mitra 2. Pemilihan dua mitra ini dilakukan sebagai langkah antisipasi apabila mitra utama tidak dapat memenuhi permintaan produksi sesuai waktu yang telah ditentukan. kedua mitra cake ini sudah memiliki “Sertifikat Halal” Dengan adanya dua mitra, proses produksi diharapkan tetap berjalan lancar dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi tanpa kendala dan sesuai jadwal



Gambar 2.9 Sertifikat Halal Mitra *Cake 1 & 2* (Dapur Chloe & Nura *Cake*)

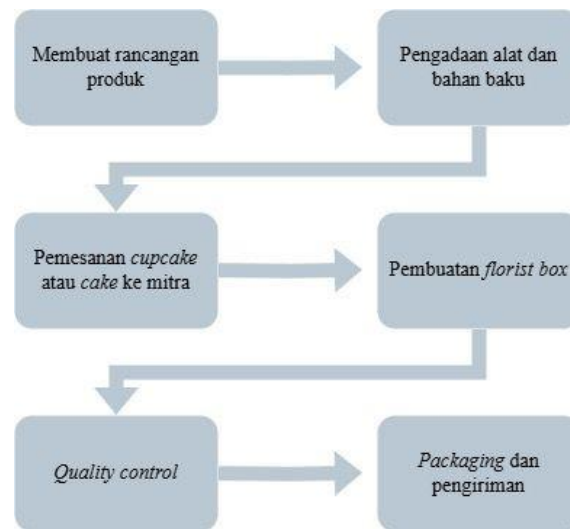
4. Operasional Bisnis

a. *Sampling* Produk

Proses *sampling* merupakan proses uji coba pembuatan produk untuk menguji desain dan kualitas *florist box* dan *cake* yang akan dijadikan produk utama. *Sampling* difokuskan pada pemilihan bahan dan tata letak bunga dan *cake* dalam *box* untuk menghasilkan kemasan yang fungsional, estetik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pada pembuatan *sampling* produk hasilnya akan digunakan oleh tim pemasaran untuk dijadikan sebagai *sampling* foto produk *Sweet Bloom Florist*.

b. Proses Produksi

Proses produksi *Florist cake box* pada bisnis *Sweet Bloom Florist* melalui dua tahap utama yaitu produksi mandiri untuk *florist box* dan bekerja sama dengan mitra untuk penyediaan *cake*. Penjualan dilakukan dengan sistem *pre-order* (PO).



Gambar 2.10 Bagan Alur Produksi

5. Manajemen *Stock Product*

Dalam bidang produksi, manajemen *stock* adalah proses upaya mengatur jumlah persediaan dan manajemen penyimpanan produk untuk mencegah terjadinya kekuarangan persediaan dan dalam rangka menjaga kualitas produk selama proses penyimpanan berlangsung. Ada beberapa poin yang penulis lakukan dalam manajemen *stock*, diantaranya :

1. Perencanaan Produk

Perencanaan stok dalam produksi adalah proses menentukan jumlah dan waktu pengadaan barang atau bahan baku agar kebutuhan produksi dan permintaan pelanggan dapat terpenuhi secara optimal tanpa terjadi kekurangan (*stockout*) atau kelebihan stok (*overstock*).

2. Pengadaan *Stock*

Pengadaan *stock* di *Sweet Bloom Florist* dilakukan dalam jumlah tertentu untuk disimpan sebagai stok jangka menengah. Hal ini penulis lakukan karena produk utama menggunakan bunga *artificial* yang tidak mudah rusak. Sistem penjualan yang berbasis *pre-order* (PO) juga mendukung pengadaan yang lebih terencana, sehingga proses produksi dapat berjalan lancar tanpa kekhawatiran

kekurangan bahan baku saat pesanan masuk. Untuk produk *cake*, *Sweet Bloom Florist* bekerja sama dengan mitra. Pemesanan kepada mitra baru dilakukan setelah ada order masuk dari pelanggan. Dengan sistem ini, tim produksi dapat mengelola stok secara efisien, menghindari kelebihan maupun kekurangan bahan, serta memastikan setiap pesanan dapat dipenuhi tepat waktu dengan kualitas yang konsisten sesuai standar *Sweet Bloom Florist*.

3. Penyimpanan Barang

Bahan baku produksi seperti bunga, pita, *box*, *foam* bunga, stiker logo dan alat produksi lainnya disatukan dan akan disimpan di sebuah *box* kontainer besar dengan tutup untuk menjaga bahan baku produksi dari kotoran, debu, dan ancaman lainnya yang mengakibatkan kerusakan bahan baku. Untuk produk dari mitra tidak dilakukan penyimpanan jangka panjang, produk hanya diterima pada hari yang sama atau H-1 dari jadwal pengiriman ke pelanggan.

4. Monitoring Persediaan

Pemantauan persediaan dalam bisnis *Sweet Bloom Florist* berguna untuk memastikan ketersediaan bahan tetap seimbang, tidak sampai kekurangan atau kelebihan sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan. *Stock Opname* dilakukan satu kali setiap pada akhir bulan untuk memastikan kesesuaian data persediaan yang tercatat dengan jumlah barang yang tersedia di tempat penyimpanan.

Tabel 2.6 Laporan *Stock Opname Sweet Bloom Florist*

Periode 31 Januari 2025

No	Keterangan	Persediaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	<i>Box Large</i>	5	Rp 47.840	Rp 239.200
2	<i>Box Medium</i>	5	Rp 28.000	Rp 139.500
3	Gabus	20	Rp 1.503	Rp 30.072
4	Bunga	78	Rp 3.000	Rp 234.200
5	Tusuk Sate	100	Rp 80	Rp 8.000
6	Stiker Logo	100	Rp 70	Rp 7.000

TOTAL	Rp 415.772
--------------	-------------------

Tabel 2.7 Laporan *Stock Opname Sweet Bloom Florist*
Periode 31 Februari 2025

No	Keterangan	Persediaan akhir	Total Perse diaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	<i>Box Large</i>	5	4	Rp 47.840	Rp 191.360
2	<i>Box Medium</i>	5	4	Rp 28.000	Rp 112.000
3	Gabus	20	14	Rp 1.503	Rp 21.054
4	Bunga	78	64	Rp 3.000	Rp 192.000
5	Tusuk Sate	100	82	Rp 80	Rp 6.560
6	Stiker Logo	100	98	Rp 70	Rp 6.860
TOTAL					Rp 529.534

Tabel 2.8 Laporan *Stock Opname Sweet Bloom Florist*
Periode 31 Maret 2025

No	Keterangan	Persediaan akhir	Total Perse diaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	<i>Box Large</i>	4	4	Rp 47.840	Rp 191.360
2	<i>Box Medium</i>	4	3	Rp 28.000	Rp 84.000
3	Gabus	14	11	Rp 1.503	Rp 16.533
4	Bunga	64	58	Rp 3.000	Rp 174.000
5	Tusuk Sate	82	74	Rp 80	Rp 5.920
6	Stiker Logo	98	97	Rp 70	Rp 6.790

TOTAL	Rp 478.603
--------------	-------------------

Tabel 2.9 Laporan *Stock Opname Sweet Bloom Florist*

Periode 31 April 2025

No	Keterangan	Persediaan akhir	Total Perse diaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	<i>Box Large</i>	4	9	Rp 47.840	Rp 430.960
2	<i>Box Medium</i>	3	7	Rp 28.000	Rp 196.000
3	Gabus	11	20	Rp 1.503	Rp 30.060
4	Bunga	58	142	Rp 3.000	Rp 426.000
5	Tusuk Sate	74	74	Rp 80	Rp 5.920
6	Stiker Logo	97	84	Rp 70	Rp 5.880
7	<i>Paper Bag</i>	6	2	Rp 8.000	Rp 16.000
8	Pita	46	37	Rp 250	Rp 9.250
TOTAL					Rp 1.120.070

Tabel 2.10 Laporan *Stock Opname Sweet Bloom Florist*

Periode 31 Mei 2025

No	Keterangan	Persediaan akhir	Total Perse diaan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	<i>Box Large</i>	9	3	Rp 47.840	Rp 143.520
2	<i>Box Medium</i>	7	0	Rp 28.000	Rp 00
3	Gabus	20	1	Rp 1.503	Rp 1.503
4	Bunga	142	52	Rp 3.000	Rp 156.000

5	Tusuk Sate	74	74	Rp 80	Rp 5.920
6	Stiker Logo	84	69	Rp 70	Rp 4.830
7	<i>Paper Bag</i>	2	0	Rp 8.000	Rp 00
8	Pita	37	24	Rp 250	Rp 6.000
TOTAL					Rp 317.773

5. *Quality Control*

Dalam operasional bisnis *Sweet Bloom Florist*, pengendalian mutu (*quality control*) diterapkan secara sistematis untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Penerapan *quality control* tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi mencakup seluruh tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pemeriksaan akhir produk sebelum dikirim kepada konsumen. Strategi ini dilakukan untuk menjaga konsistensi mutu, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap *Sweet Bloom Florist* dalam jangka panjang (Kristanto Mulyono & Yeni Apriyani, 2021).

Sebelum melaksanakan proses *quality control*, penulis telah membuat daftar indikator sebagai standar proses kegiatan *quality control* selama produksi sampai proses penyimpanan produk. Dengan ini diharapkan produk yang sampai ke pelanggan dalam kondisi baik.

Tabel 2.11 Proses *Quality Control*

No.	Kegiatan	Indikator
1.	Pengecekan setiap bahan baku yang produksi <i>Sweet Bloom Florist</i>	Memastikan setiap bahan baku yang akan digunakan tidak ada kerusakan seperti sobek, berdebu dan bintik-bintik hitam sesuai dengan standar produksi yang sudah ditetapkan

No.	Kegiatan	Indikator
2.	Membuat <i>florist box</i>	a) <i>Box</i> dibuat dengan rapi b) Bunga disusun dengan cantik, estetis dan sesuai dengan tema <i>box</i> yang diminta pelanggan c) <i>Box</i> dan mika dipastikan tidak berdebu dan bernoda
3.	Pengambilan <i>cake</i> dari mitra	a) Produk diterima sesuai waktu yang sebelumnya sudah disepakati b) Produk dalam kondisi baik tidak rusak atau penyok c) Dikemas dengan <i>packaging</i> yang bersih dan aman
4.	Pengecekan sebelum <i>packing</i>	a) <i>Florist cake box</i> dikemas dengan <i>paperbag</i> b) Tidak ada bagian <i>paperbag</i> yang sobek atau rusak c) Kartu ucapan sesuai pesanan dimasukkan rapi dalam produk d) <i>Florist cake box</i> dalam kondisi baik e) Pengecekan logo

Tabel 2.12 *Checklist Quality Control Florist Cake Box*

Penjualan Periode Februari 2025

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
1	Bunga dalam keadaan bersih seperti tidak berdebu atau bintik hitam dan tidak rusak seperti sobek	Cek kelopak, daun, dan batang bunga	✓
2	Kue dalam kondisi segar dan tidak rusak	Cek aroma dan tampilan	✓
3	Penataan bunga rapi dan estetis	Tidak acak-acakan atau terlalu padat	✓
4	Kue tidak bergeser dari posisi	Memastikan kue tidak miring/terguling	✓
5	Kotak dalam kondisi bersih dan tidak rusak	Tidak ada noda atau sobekan	✓
6	Logo dan kartu ucapan sudah sesuai dengan pesanan	Cek penempatan logo dan cek ejaan dan nama penerima	✓
7	Packing aman untuk pengiriman	Gunakan packing seperti paperbag atau plastik besar	✓

Tabel 2.13 *Checklist Quality Control Florist Cake Box*

Penjualan Periode Maret 2025

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
1	Bunga dalam keadaan bersih seperti tidak berdebu atau bintik	Cek kelopak, daun, dan batang bunga	✓

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
	hitam dan tidak rusak seperti sobek		
2	Kue dalam kondisi segar dan tidak rusak	Cek aroma dan tampilan	✓
3	Penataan bunga rapi dan estetis	Tidak acak-acakan atau terlalu padat	✓
4	Kue tidak bergeser dari posisi	Memastikan kue tidak miring/terguling	✓
5	Kotak dalam kondisi bersih dan tidak rusak	Tidak ada noda atau sobekan	✓
6	Logo dan kartu ucapan sudah sesuai dengan pesanan	Cek penempatan logo dan cek ejaan dan nama penerima	✓
7	Packing aman untuk pengiriman	Gunakan packing seperti paperbag atau plastik besar	✓

Tabel 2.14 *Checklist Quality Control Florist Cake Box*
Penjualan Periode April 2025

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
1	Bunga dalam keadaan bersih seperti tidak berdebu atau bintik hitam dan tidak rusak seperti sobek	Cek kelopak, daun, dan batang bunga	✓
2	Kue dalam kondisi segar dan tidak rusak	Cek aroma dan tampilan	✓
3	Penataan bunga rapi dan estetis	Tidak acak-acakan atau terlalu padat	✓

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
4	Kue tidak bergeser dari posisi	Memastikan kue tidak miring/terguling	✓
5	Kotak dalam kondisi bersih dan tidak rusak	Tidak ada noda atau sobekan	✓
6	Logo dan kartu ucapan sudah sesuai dengan pesanan	Cek penempatan logo dan cek ejaan dan nama penerima	✓
7	Packing aman untuk pengiriman	Gunakan packing seperti paperbag atau plastik besar	✓

Tabel 2.15 *Checklist Quality Control Florist Cake Box*
Penjualan Periode Mei 2025

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
1	Bunga dalam keadaan bersih seperti tidak berdebu atau bintik hitam dan tidak rusak seperti sobek	Cek kelopak, daun, dan batang bunga	✓
2	Kue dalam kondisi segar dan tidak rusak	Cek aroma dan tampilan	✓
3	Penataan bunga rapi dan estetik	Tidak acak-acakan atau terlalu padat	✓
4	Kue tidak bergeser dari posisi	Memastikan kue tidak miring/terguling	✓
5	Kotak dalam kondisi bersih dan tidak rusak	Tidak ada noda atau sobekan	✓

No	Poin Pemeriksaan	Keterangan	Status
6	Logo dan kartu ucapan sudah sesuai dengan pesanan	Cek penempatan logo dan cek ejaan dan nama penerima	✓
7	Packing aman untuk pengiriman	Gunakan packing seperti paperbag atau plastik besar	✓

6. Hasil Capaian Target Aktivitas

Setelah operasional bisnis berjalan, tim produksi melakukan evaluasi hasil rencana pelaksanaan program kerja bidang produksi terhadap realita pelaksanaan kegiatan produksi dalam rangka mencapai target aktivitas:

Tabel 2.16 Tabel Capaian Target Aktivitas

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)	Hasil Aktivitas
Mencari dan <i>survey supplier</i> bunga yang sesuai standar	1. Informasi berupa kontak dan alamat <i>offline store supplier</i> 2. Menilai kualitas bunga dari setiap <i>supplier</i> 3. Mendapatkan <i>supplier</i> yang menyediakan banyak variasi bunga yang berkualitas	Kegiatan ini terlaksana dengan lancar serta berhasil mendapatkan semua kontak, alamat <i>offline store supplier</i> dan juga toko <i>online supplier</i>

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)	Hasil Aktivitas
Menentukan <i>supplier</i> bunga	Menetapkan <i>supplier</i> bunga yang sesuai standar selama perintisan bisnis ini berlangsung	Terlaksana dengan baik serta menetapkan “Jolie Jogja Wirobrajan” sebagai <i>supplier</i> bunga bisnis <i>Sweet Bloom Florist</i>
Mencari dan survey mitra <i>cake</i> yang sesuai standar	1. Informasi berupa kontak dan alamat <i>offline store</i> mitra 2. Menilai kualitas <i>cake</i> dari setiap mitra 3. Mengukur komitmen kerjasama dari setiap mitra selama perintisan bisnis ini berlangsung 4. Informasi masa simpan <i>cake</i>	Kegiatan ini terlaksana dengan lancar serta berhasil mendapatkan semua kontak dan alamat <i>offline store</i> mitra <i>cake</i>
Menentukan 2 mitra <i>cake</i> yang sesuai standar	Bekerjasama dengan mitra sesuai dengan permintaan produk yang sudah disepakati dan komitmen selama perintisan bisnis ini berlangsung	Terlaksana dengan baik serta menetapkan “Dapur Chloe sebagai mitra <i>cake</i> 1 dan Nura <i>Cake</i> sebagai <i>cake</i> 2”.
Melakukan percobaan	1. Menghasilkan produk <i>Sweet</i>	Sampling produk <i>Sweet Bloom Florist</i> berhasil di

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)	Hasil Aktivitas
pembuatan produk <i>Sweet Bloom Florist</i> untuk sampling dan uji masa simpan <i>cake</i>	<i>Bloom Florist</i> sesuai dengan kualitas yang diinginkan 2. Memastikan masa simpan <i>cake</i> yang sesuai dari informasi mitra	lakukan dan digunakan sebagai bahan untuk foto produk dan juga tes ketahanan masa simpan <i>cake</i>
Melakukan pencatatan <i>stock</i> atau persediaan produksi produk	1. Kualitas produk sesuai standar mutu 2. Produk yang di produksi sesuai dengan permintaan <i>customer</i>	Pencatan stock, persediaan dan produksi produk terlaksana dengan baik sesuai capaian target aktivitas
<i>Quality control</i>	1. Mengecek setiap produk yang sudah jadi mulai dari kualitas bunga yang dipakai, <i>cake</i> dan <i>packaging</i> 2. Memastikan setiap produk telah sesuai dengan standar mutu produk yang sudah ditentukan	Proses <i>quality control</i> juga berjalan lancar sesuai dengan capaian target aktivitas yang sudah ditentukan dari awal
Melakukan pencatatan	Memastikan ketersediaan bahan baku tetap terjaga	Pada aktivitas ini persediaan bahan baku

Kegiatan	KPI (<i>Key Performance Indikator</i>)	Hasil Aktivitas
<i>stock</i> atau persediaan	dan menghindari <i>stock-out</i> yang bisa mengganggu proses produksi	tercatatat rapi dan setiap bulanya dilakukan pencatatan ulang untuk memastikan ketersediaan bahan baku tetap terjaga
Manajemen penyimpanan dan pengendalian <i>stock</i> bahan baku	1. Mengukur seberapa cepat <i>stock</i> bahan baku digunakan dalam periode waktu tertentu 2. <i>Stock</i> tidak boleh kurang dari <i>safety stock</i>	Kegiatan ini terlaksana dengan lancar dengan selalu memastikan penyimpanan bahan baku dilakukan dengan baik dan tidak ada kerusakan

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah Produksi

Seiring dengan pelaksanaan kegiatan bisnis *Sweet Bloom Florist*, tentu ada beberapa kendala yang bisa menghambat jalannya operasional bisnis. Kendala tersebut ada yang bisa diselesaikan, ada pula yang memerlukan penanganan lebih lanjut. Permasalahan yang dihadapi bisa berasal dari faktor internal maupun eksternal. Contoh masalah internal misalnya terkait ketersediaan dan kualitas bahan baku bunga, sementara masalah eksternal bisa berupa kurangnya komunikasi yang efektif dengan mitra kerja. Berikut adalah beberapa permasalahan yang ditemukan selama proses perintisan bisnis *Sweet Bloom Florist*, khususnya di bidang produksi:

Tabel 3.1 Permasalahan Bidang Produksi

Rencana	Realisasi	Permasalahan
Memilih Bunnybite sebagai mitra 1 <i>cake</i> dan Dapur Chloe sebagai mitra 2 <i>cake</i> selama perintisan bisnis <i>Sweet Bloom Florist</i>	Tim <i>Sweet Bloom Florist</i> memutuskan Dapur Chloe sebagai mitra 1 untuk <i>cake</i> dan Nura Cake sebagai mitra 2 <i>cake</i> .	Pihak Bunnybite sangat slow respon pada saat tim <i>Sweet Bloom Florist</i> ingin melakukan pemesanan tester <i>cake</i> dan juga terkait informasi penting lainnya tentang Bunnybite
<i>Sweet Bloom Florist</i> menetapkan isian <i>cupcake</i> sebagai satu-satunya produk yang ditawarkan	Adanya penambahan menu isian <i>florist box</i> yaitu <i>fudgy brownies</i> bento	Kurangnya penjualan pada menu <i>cupcake</i> , harganya yang lumayan tinggi dari <i>fudgy brownies</i>

Rencana	Realisasi	Permasalahan
Kesepakatan awal tim <i>Sweet Bloom Florist</i> terkait menu varian florist box itu menggunakan <i>cupcake</i> sehat sebagai inovasi dari bisnis <i>Sweet Bloom Florist</i>	Tim <i>Sweet Bloom Florist</i> menambah menu varian Fudgy brownies bento, tim menambah menu karena kurangnya penjualan pada menu <i>cupcake</i> sehat dan harganya yang lumayan tinggi dari <i>fudgy brownies</i> bento	Produk pengganti <i>cupcake</i> sehat yaitu varian fudgy brownies bento tidak termasuk dalam kategori sehat. Sedangkan rencana awal tim hanya menawarkan varian <i>cupcake</i> sehat sebagai inovasi dari bisnis <i>Sweet Bloom Florist</i>
Sistem penjualan yang diterapkan <i>Sweet Bloom Florist</i> yaitu <i>pre-order</i> (PO) dan tim produksi membuat orderan pada H-1 pengambilan	Menambahkan sistem penjualan dari <i>pre-order</i> (PO) ke penjualan <i>offline</i> dengan mengikuti <i>event</i> wisuda di UII dan UAD untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen	Penjualan dengan sistem <i>pre-order</i> (PO) belum mendapatkan hasil yang optimal

B. Tinjauan Teoritis

Menurut (Hasibuan et al., 2023), produksi adalah proses yang mengubah sumber daya alam menjadi barang yang lebih berguna dan bernilai. Dalam pandangan Hasibuan et al, produksi melibatkan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya, baik berupa tenaga kerja, kapital, maupun bahan baku, untuk menghasilkan barang yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Produksi bukan hanya sekedar kegiatan fisik, tetapi juga merupakan dasar dari penciptaan kekayaan nasional, karena mampu

meningkatkan nilai suatu barang yang pada awalnya tidak memiliki nilai tinggi menjadi barang yang memiliki kegunaan dan nilai ekonomis.

Dalam menjalankan bisnis *Sweet Bloom Florist*, diperlukan strategi dan perencanaan yang tepat agar setiap aspek produksi berjalan secara efektif dan efisien. Mulai dari pemilihan bunga, proses perangkaiannya, hingga pengemasan dan pengiriman ke pelanggan, semua memerlukan pendekatan yang sistematis. Setiap permasalahan produksi, seperti pemilihan mitra, penjualan dan lainnya bisa diatasi dengan menerapkan teori-teori yang relevan di bidang manajemen produksi dan operasional. Dengan demikian, tantangan yang muncul dapat dihadapi secara lebih terarah untuk menghasilkan layanan yang optimal dan menjaga kepuasan pelanggan.

Strategi produksi merujuk pada rencana atau pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa secara efisien dan efektif. Tujuan utama dari strategi produksi adalah untuk memastikan bahwa produksi dapat memenuhi permintaan konsumen dengan biaya yang optimal dan kualitas yang tinggi, serta memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Dalam merumuskan strategi produksi, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti kapasitas produksi, teknologi yang digunakan, proses pengendalian kualitas, serta distribusi dan penyimpanan produk akhir.

C. Pemecahan Masalah Produksi

Pemecahan masalah produksi adalah langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi hambatan atau gangguan dalam proses produksi yang dapat mempengaruhi kualitas, efisiensi, dan kelancaran operasional. Masalah produksi dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti keterlambatan pasokan bahan baku, ketidaksesuaian kualitas produk, atau ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan konsumen. Pemecahan masalah ini tidak hanya melibatkan perbaikan jangka pendek, tetapi juga upaya perbaikan berkelanjutan yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi jangka panjang (Herlina et al., 2021).

1. Pemilihan Mitra

Pada pemilihan mitra tim *Sweet Bloom Florist* menghadapi kendala komunikasi dengan pihak Bunnybite selaku calon mitra utama cake. Kendala komunikasi ini bisa menyebabkan terhambatnya proses pengambilan keputusan dari tim *Sweet Bloom Florist* dalam penentuan mitra cake untuk perintisan bisnis ini.

Setelah mempertimbangkan risiko yang dapat terjadi apabila tetap melanjutkan kerjasama dengan mitra Bunnybite, tim *Sweet Bloom Florist* memutuskan untuk beralih bekerja sama dengan mitra lainnya yang sesuai standar kualitas dan komunikasi bisnis yang ditetapkan.

2. Kurangnya penjualan pada varian cupcake

Pada awal perintisan *Sweet Bloom Florist* hanya menawarkan satu varian produk utama yaitu cupcake dan dikemas dengan florist box. Namun tingkat penjualan tidak maksimal salah satu faktor yang menjadi penyebabnya yaitu harga yang relatif tinggi.

Setelah melakukan diskusi tim *Sweet Bloom Florist* memutuskan untuk menambah varian baru yaitu *fudgy brownies* bento, menu baru ini memiliki harga yang lebih terjangkau dan dilengkapi dengan opsi *request* tulisan di atas cake yang memungkinkan untuk membuat pelanggan lebih tertarik.

3. Penambahan varian menu

Kesepakatan awal tim *Sweet Bloom Florist* terkait menu varian florist box itu menggunakan *cupcake* sehat sebagai inovasi dari bisnis *Sweet Bloom Florist*. Namun terdapat beberapa kendala pada menu *cupcake* sehat seperti kurangnya penjualan pada menu *cupcake* sehat dan harganya yang lumayan tinggi.

Setelah dilakukan evaluasi tim *Sweet Bloom Florist* memilih solusi tetap melanjutkan penjualan dengan inovasi lain dan menawarkan varian *fudgy brownies* bento, penyesuaian ini

dilakukan agar bisnis tetap berjalan dan lebih diterima oleh konsumen.

4. Penjualan Sistem PO yang kurang maksimal

Pada perencanaan awal tim *Sweet Bloom Florist* menerapkan sistem penjualan berbasis *pre-order* (PO) untuk produk yang ditawarkan. Sistem ini dipilih agar produksi lebih terkontrol dan efisien dan meminimalkan risiko kelebihan *stock*. Namun tim *Sweet Bloom Florist* menghadapi kendala yaitu minat pembelian yang rendah dari konsumen terhadap sistem *pre-order* (PO).

Setelah dilakukan evaluasi tim *Sweet Bloom Florist* memutuskan untuk menambah sistem penjualan secara langsung (*offline*) untuk meningkatkan peluang dengan menjual produk secara langsung kepada konsumen.

Tabel 3.2 Pemecahan Masalah Bidang Produksi

Permasalahan	Pemecahan Masalah
Pihak Bunnybite sangat <i>slow respon</i> pada saat tim <i>Sweet Bloom Florist</i> ingin melakukan pemesanan <i>tester cake</i> dan juga terkait informasi penting lainnya tentang Bunnybite	Tim <i>Sweet Bloom Florist</i> sepakat untuk beralih ke mitra Dapur Chloe sebagai mitra 1 dan Nura <i>Cake</i> sebagai mitra 2 <i>cake</i> untuk produk <i>florist box</i> , dengan menjalin komunikasi dengan baik selama perintisan bisnis ini
Kurangnya penjualan pada varian <i>cupcake</i> , harganya yang lumayan tinggi dari <i>fudgy brownies</i> bento	Melakukan penambahan varian baru yaitu <i>fudgy brownies</i> bento dengan harga yang lebih terjangkau dari varian <i>cupcake</i> selain itu <i>fudgy brownies</i> bento dilengkapi dengan opsi <i>request</i> tulisan di atas <i>cake</i> yang

Permasalahan	Pemecahan Masalah
	memungkinkan untuk membuat pelanggan lebih tertarik
Produk pengganti <i>cupcake</i> sehat yaitu varian fudgy brownies bento tidak termasuk dalam kategori sehat. Sedangkan rencana awal tim hanya menawarkan varian <i>cupcake</i> sehat sebagai inovasi dari bisnis <i>Sweet Bloom Florist</i>	Tetap melanjutkan penjualan dengan inovasi lain dengan menawarkan varian fudgy brownies bento, penyesuaian ini dilakukan agar bisnis tetap berjalan dan lebih diterima oleh konsumen.
Penjualan dengan sistem <i>pre-order</i> (PO) belum mendapatkan hasil yang optimal	Berkoordinasi dengan tim pemasaran terkait sistem penjualan <i>offline</i> dengan mengikuti <i>event</i> wisuda di UII dan UAD untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi inovasi produk dengan menggabungkan rangkaian bunga *artificial* dan *cake* dalam bentuk *Florist cake Box* dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi bisnis *Sweet Bloom Florist*. Inovasi ini menciptakan produk yang unik dan menarik bagi konsumen yang mencari hadiah yang tidak hanya indah secara visual tetapi juga unik.

Selain itu, inovasi produk ini membuka peluang pasar yang lebih luas dengan menjangkau berbagai segmen konsumen. Produk *Florist cake Box* bisa menarik perhatian mereka yang ingin memberikan hadiah dengan sentuhan personal dan estetika. Kemampuan untuk memodifikasi kue dengan berbagai pilihan rasa dan desain bunga memberikan fleksibilitas kepada pelanggan untuk memilih sesuai dengan preferensi mereka.

Namun, implementasi strategi inovasi ini juga memerlukan perhatian terhadap beberapa aspek penting. Pertama, tantangan dalam ketersediaan bahan baku berkualitas yang konsisten harus dikelola dengan baik untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga. Kedua, pengelolaan stok yang efisien dan penyusunan sistem produksi yang tepat menjadi hal yang krusial untuk menjaga kelancaran operasional. Meskipun demikian, dengan komitmen terhadap kualitas, inovasi produk ini dapat menjadi keunggulan kompetitif yang kuat bagi *Sweet Bloom Florist*.

B. Saran

Meskipun *Sweet Bloom Florist* sudah memanfaatkan media sosial untuk promosi, sangat disarankan untuk lebih memperluas saluran pemasaran. Mengingat pentingnya era digital saat ini, *Sweet Bloom Florist* dapat mempertimbangkan untuk berkolaborasi dengan *influencer* atau *food blogger* yang memiliki pengikut setia untuk memperkenalkan produk baru, seperti *Florist cake Box*. Selain itu, dapat memperkenalkan program loyalitas atau diskon untuk pelanggan tetap, agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Inovasi produk seperti *Florist cake Box* dengan bahan kue sudah memberikan keunggulan bagi *Sweet Bloom Florist*. Namun, untuk menjaga daya tarik pasar, *Sweet Bloom Florist* perlu terus berinovasi dengan menambahkan variasi baru pada produk. Misalnya, dengan menambahkan pilihan rasa baru pada *cake* dan *cake* atau menawarkan tema bunga tertentu untuk acara khusus (seperti pernikahan atau ulang tahun). Dengan pengembangan produk yang terus menerus, *Sweet Bloom Florist* dapat tetap relevan di mata pelanggan dan menarik minat pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelya, D., Sutrisna, A., Agdhi Rahwana, K., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Perjuangan Tasikmalaya, F. (2021). ANALISIS BIAYA PRODUKSI BERDASARKAN BIAYA BAHAN BAKU DAN BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG (Studi Kasus Produksi Kotak Lipat CV. Jamal Handycraft Rajapolah Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 3(1), 11–17.
- Andrianus, Lian, et al. “Pengelolaan Permintaan Dan Kapasitas Produksi pada Grace Florist UMKM DI Batam.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2.1 (2022): 67-72.
- Aryanti, A. N., & Utami, W. N. (2022). Strategi Inovasi Pada Industri Kreatif: Sebuah Upaya Pemulihan Bisnis Di Masa Pandemi Covid19. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 26–37. <https://doi.org/10.17509/image.v11i1.38433>
- Busthanul, N., Syafiuddin, M., Heliawati, H., Bakri, R., Rahmawati, R., Sunaryani, C. F., & Rosaldi, M. F. (2020). Cupcake Brownies Satoiomomo (Cc-Browsa) CV Firici Group. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR), 3, 1-008.
- Derawati, T., & Fuada, S. (2021). Enhancing community creativity through training on making artificial flowers from plastic waste. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(4), 512–525. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i4.5691>
- Faiqoh, Naili, *Iluna Florist: Strategi Pengembangan Binis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower (Aspek Produksi) Iluna Florist: Business Development Strategy of the Making Bouquet Flower (Production Aspect)*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2023
- Ghasemi, E., Lehoux, N., & Rönnqvist, M. (2024). A multi-level production-inventory-distribution system under mixed make to stock, make to order, and vendor managed inventory strategies: An application in the pulp and paper industry. *International Journal of Production Economics*, 271. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2024.109201>

- Habib Bayhaqi, & Nuri Aslami. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 111–118. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.48>
- Hasibuan, A., Puspita, C., Husni, N., Sirojudin, A., Ilham, J., Abner, S., Tribowo, T., Fauzan, R., Yunani, A., Cahyo, A., Rahmawati, P., Achmad, R., Nurdin, R., Sudrajat, Y., Marjuki, A., Zul, S., Mohamad, F., Sanni, I., & Hia, E. E. (2023). *MANAJEMEN PRODUKSI & OPERASI*. Sada Kurnia Pustaka.
- Herlina, E., Prabowo, F. H. E., & Nuraida, D. (2021). ANALISIS PENGENDALIAN MUTU DALAM MENINGKATKAN PROSES PRODUKSI. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 173. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4263>
- Isiming, M., Nurwidah, A., & Rukmelia, R. (2023). Sifat Organoleptik Tepung Kulit Pisang Kepok (*Musa Paradisiaca* L) pada Pembuatan Cupcake. *JASATHP: Jurnal Sains dan Teknologi Hasil Pertanian*, 3(2), 99-109.
- Jalil, A., Syahidin, & Erma. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal GPJER*, 3(2), 2021–2076. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/gpjer>
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif. (2020). Statistik Ekonomi Kreatif 2020. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Kristanto Mulyono, & Yeni Apriyani. (2021). ANALISIS PENGENDALIAN QUALITAS PRODUK DENGAN METODE SQC (STATISTICAL QUALITY CONTROL). *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 2(1), 41–50. <https://doi.org/10.37373/jenius.v2i1.93>
- Liana, L., Aquinia, A., & Murti, H. (2024). KREASI BUNGA KERTAS SEBAGAI PELUANG USAHA RUMAHAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 8(1), 1–7.
- Munajat, Alvianita Gunawan Putri, Yuyun P. Rahayu, Fifian Permata Sari, A. Besse Dahliana, Devy Sofyanty, Aprianto Soni, Kurniawati, Sri Suyarti, Arfiani Yulianti Fiyul, Irwan, Chaerul Sani, Dian Retnaningdiah, Rukun Santoso, I. J.

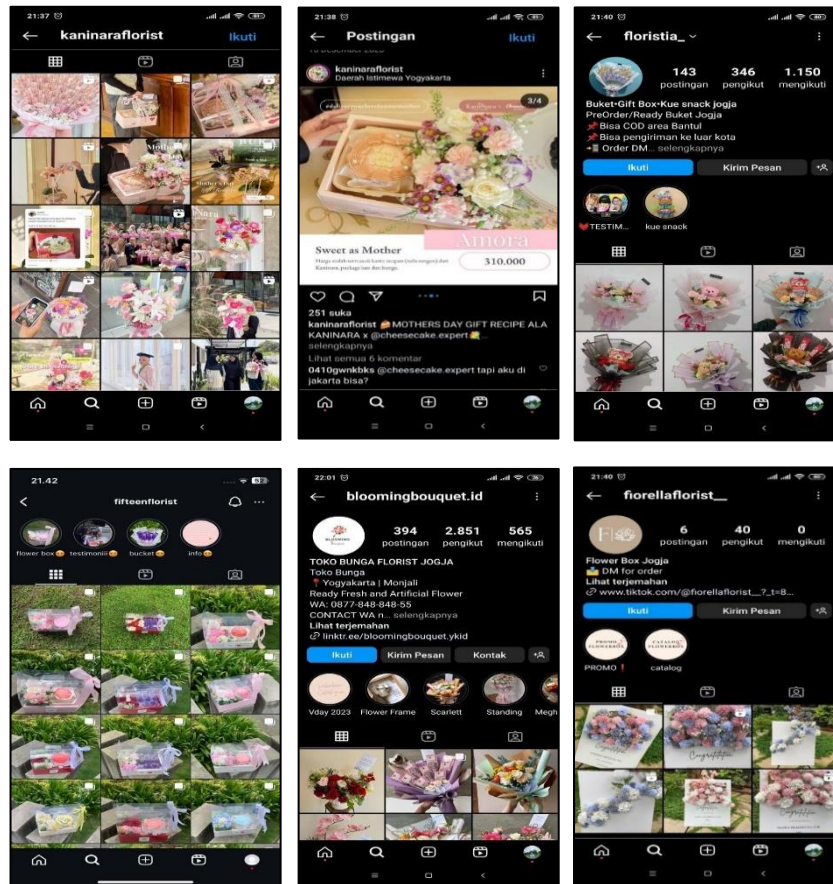
- D. (2022). EKONOMI KREATIF; Suatu Konsep Ekonomi Baru. In *Cv.Eureka Media Aksara* (Vol. 7, Issue 2).
- Nofiani, P. W., Mursid, C., & Mursid, M. C. (2021). PENTINGNYA PERILAKU ORGANISASI DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(02). <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Pratiwi, D., & Sugiyarti, L. (2022). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2).
- Purnomo, R. F., & Yuniarthe, Y. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Suplier Menggunakan Metode Topsis (Studi Kasus : Toko Keripik Rona Jaya Bandar Lampung). *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 14(1), 87. <https://doi.org/10.36448/jsit.v14i1.3115>
- Rahmawati, D., Mauluddin, Y., & Maida, T. (2024). Perancangan Bisnis Proses Persediaan Bahan Baku Dodol pada Gudang (Studi Kasus: PT. X). *Jurnal Algoritma*, 21(1). <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.1-1.1390>
- Rosnani, T., Larassati, D., Rahim, M. R., Azizul, S. N., & ... (2024). Desain Produk Berkelanjutan dan Kinerja Inovasi: Implementasi Kinerja Operasional Industri Florist. *Prosiding Management ...*, 7, 460–476.
- Sukma Donoriyanto, D., Indiyanto, R., Ratni Juliardi R, N. A., Ali Syamsiah, Y., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1).
- Ula, R., Fauzi, A., Citaningtyas, D., Kadi, A., Indah, I., Ningrum, P., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di

Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(1).
<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/abdipancamarga>

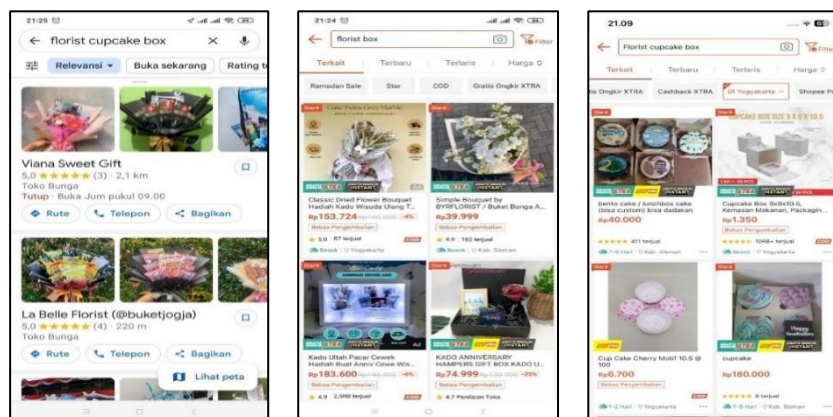
Wolff, K., Maier, J. T., Heuer, T., Nyhuis, P., & Schmidt, M. (2020). Effects Of Different Order Processing Strategies On Operating Curves Of Logistic Models: A Comparison Of Make-to-Order And Make-to-Stock. *Journal of Production Systems and Logistics*, 1(18), 18. <https://doi.org/10.15488/11532>

LAMPIRAN

1. Analisis Kompetitor

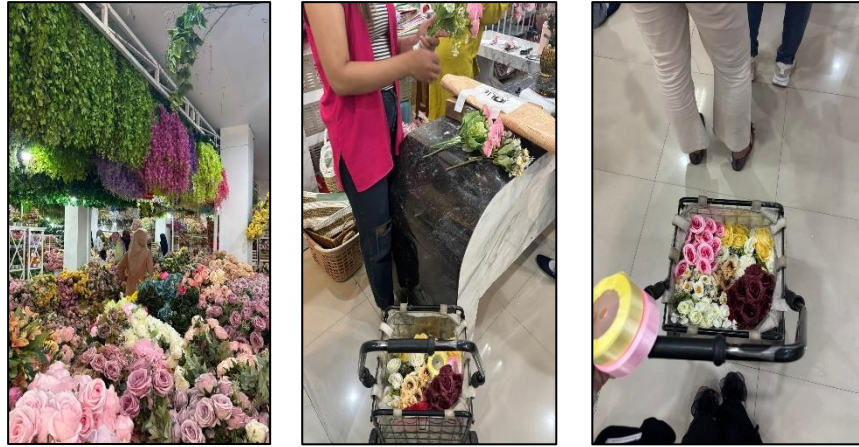


Gambar 4.1 Analisis Kompetitor *Florist* Via Instagram



Gambar 4.2 Analisis Kompetitor *Florist* Via Google Maps dan Shopee

2. Kegiatan Belanja Bahan Baku



Gambar 4.3 Pembelian Bahan Baku di Jolie Jogja Wirobrajan

3. Kegiatan Produksi



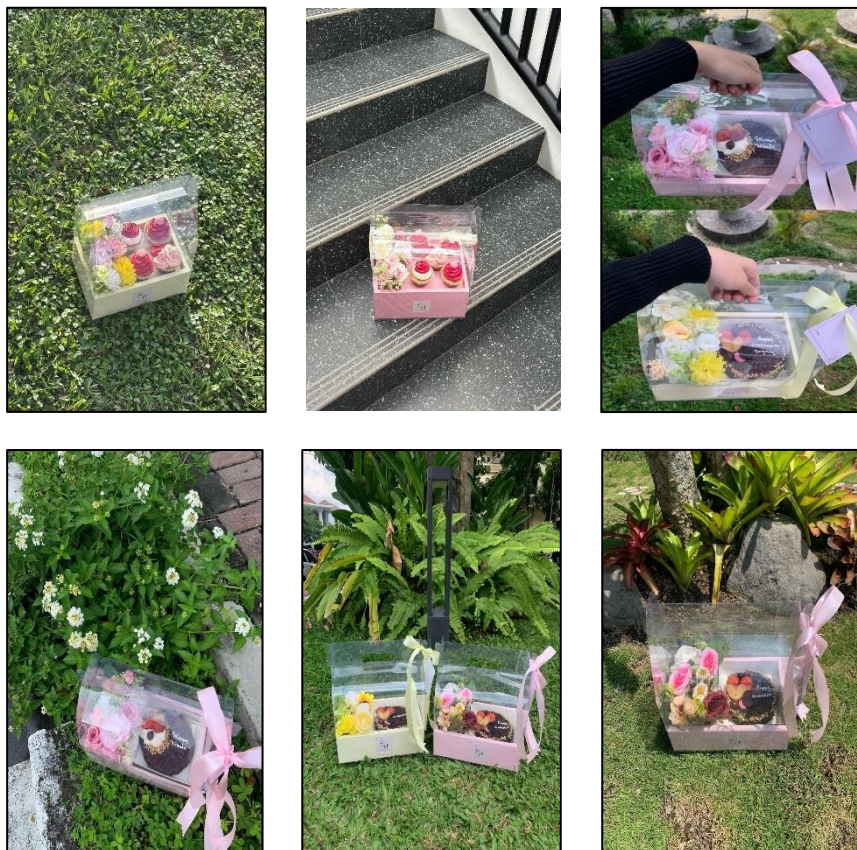
Gambar 4.4 Proses Pembuatan *Florist Cake Box*

4. Kegiatan *Quality Control*



Gambar 4.5 *Quality Checking* Produk

5. Hasil Produk



Gambar 4.6 Produk Florist Cake Box

RIWAYAT PENULIS

Rori Apriyanti lahir di Bukit Telago pada tanggal 21 Mei 2003 sebagai anak kedua dari pasangan Bapak Kasusi dan Ibu Aminatuzara. Penulis bertempat tinggal di Bukit Telago, Kabupaten Muara Bungo, Jambi dan telah menamatkan pendidikannya di SMAN 4 Muara Bungo. Penulis memulai pendidikan S1 Program Studi Ekonomi Islam di Universitas Islam Indonesia pada tahun 2021.

Di bangku perkuliahan, penulis cukup aktif dalam mengikuti beberapa kepanitian seperti, Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS) FoSSEI XXI 2022, Ta'aruf Mahasiswa (TAMAH) 2022, Inauguration Sport and Art FIAI Event (I-SAFE) 2022, dan Pesona Ta'aruf 2022.