

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bisnis adalah kegiatan memperjual belikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Part (dalam Suryani, 2021: 105) memaknai bisnis sebagai sebuah sekelompok orang yang memiliki tujuan memperoleh keuntungan, dengan mengelola barang yang bagus dan layak. Kegiatan bisnis biasanya meliputi produksi, Penjualan, serta pembelian barang atau jasa. UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan usaha ekonomi yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang berukuran kecil. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah mencapai 8,71 juta unit pada tahun 2022 dengan persebaran wilayah sebagai berikut:



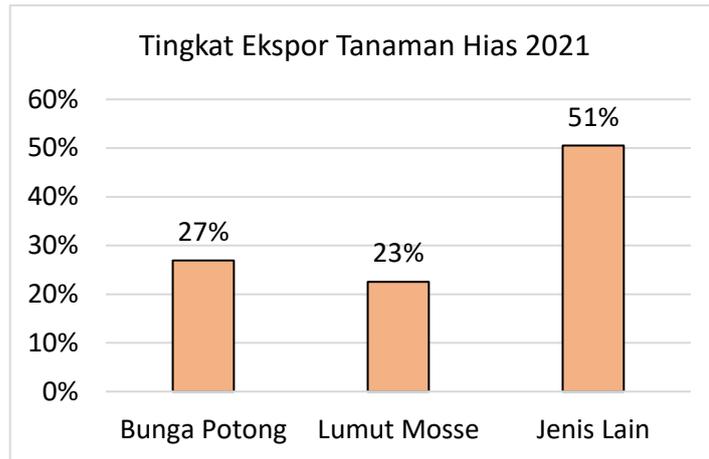
Gambar I.1 Grafik Jumlah UMKM Indonesia tahun 2022
(sumber: Kementerian Koperasi dan UKM)



Gambar I.2 Grafik Jumlah UMKM Indonesia tahun 2022 (lanjutan)
(sumber: Kementerian Koperasi dan UKM)

Dapat dilihat pada Gambar I.1 dan I.2 provinsi Jawa Barat menempati urutan pertama dalam UMKM terbanyak dengan jumlah UMKM mencapai 1,49 juta unit. Berdasarkan data yang didapat dari Kementerian Keuangan UMKM berhasil menyumbangkan 90% dari kegiatan bisnis di Indonesia dan berkontribusi memberikan lapangan pekerjaan lebih dari 50% di seluruh dunia, angka tersebut diprediksi akan terus meningkat di tahun berikutnya. Hal ini membuktikan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Sebagai negara tropis Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan komoditas tanaman berbunga dan tanaman hias. Selain memiliki lahan dan cuaca yang bagus, kekayaan hayati florikultura Indonesia sangat beragam. Hal ini memungkinkan Indonesia untuk mengembangkan komoditas tanaman bunga dan tanaman hias. Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) mencatat ekspor tanaman hias Indonesia pada tahun 2021 menyentuh angka sebesar 10,77 juta dolar AS. Ekspor tanaman hias Indonesia terpantau tumbuh 69,73 persen pada periode Januari hingga September 2021.



Gambar I.3 Grafik Tingkat Ekspor Tanaman Hias 2021

(sumber: Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (dirangkum oleh Republika))

Gambar I.3 menunjukkan Komponen ekspor tanaman hias Indonesia didominasi oleh produk bunga potong segar dengan porsi 26,92%, kemudian tanaman lumut moss sebesar 22,54%, dan tanaman hias jenis lainnya sebesar 50,53%. Indonesia memiliki beragam jenis tanaman bunga yang tumbuh di berbagai daerah di seluruh wilayah Indonesia. Permintaan bunga di Indonesia juga tergolong cukup tinggi, biasanya bunga digunakan masyarakat dalam acara-acara penting atau perayaan seperti pernikahan, ulang tahun, dan kelulusan. Beberapa jenis bunga yang diminati oleh masyarakat seperti Melati, anggrek, mawar, kamboja, aster, kembang sepatu, kenanga, matahari, krisan, tulip, dan masih banyak lagi. Selain itu banyak juga orang yang mengoleksi dan menanam bunga sebagai hobi atau dekorasi ruangan. Menurut kepada divisi LPEI Rini Satriani tanaman hias merupakan salah satu komoditas pengalih stres oleh Sebagian besar Masyarakat di berbagai negara termasuk Indonesia. Hal ini mendorong peningkatan permintaan pasar akan produk tanaman hias dan bunga potong.



Gambar I.4 Logo Perusahaan Faeyza Blossom

Faeyza.blossom merupakan bisnis dibidang industri kreatif yang memproduksi berbagai macam buket mulai dari buket bunga hingga buket makanan ringan yang dibentuk sekreatif mungkin. Faeyza Blossom mulai berdiri dari tahun 2017 dan berlokasi di kota Tasik, pada awalnya pembuatan produk hanya menjual buket dalam bentuk buket bunga saja, akan tetapi seiring berjalannya waktu pembuatan buket memiliki berbagai macam bentuk seperti, buket makanan ringan, buket uang, dll. Usaha pembuatan buket ini memanfaatkan kreativitas untuk menghasilkan keuntungan bagi pelaku usaha.

Faeyza.blossom memiliki visi yang dirancang menentukan tujuan perusahaan. Visi yang dimiliki oleh perusahaan Faeyza Blossom adalah “Menghasilkan sebuah usaha buket yang kreatif, inovatif, dan berkualitas. Menjadikan produk yang dikenal dan disenangi oleh masyarakat”. Perusahaan juga merancang misi yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan Faeyza Blossom, misi dari perusahaan Faeyza.blossom adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan adalah prioritas utama perusahaan.
2. Mengoptimalkan sumber daya alam Indonesia
3. Menciptakan lapangan kerja dengan memanfaatkan peluang usaha
4. Mengutamakan kualitas dalam hal apa pun baik itu pelayanan dan desain

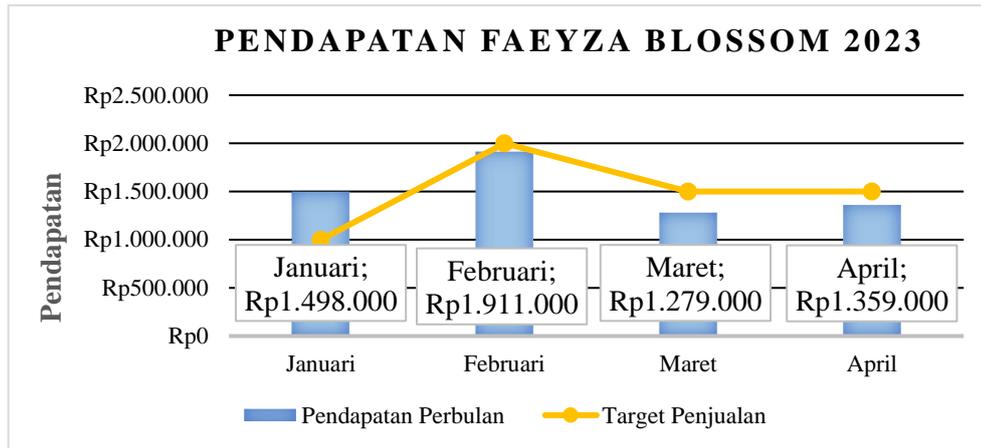
Buket bunga merupakan susunan bunga yang dirancang dengan kreatif untuk mengekspresikan rasa syukur atau kasih sayang. Buket bunga umumnya diberikan sebagai hadiah dalam berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, atau acara kelulusan. Buket bunga terdiri dari berbagai macam jenis bunga sesuai

dengan preferensi pelanggan. Faeyza Blossom menawarkan buket bunga yang kreatif, inovatif, dan berkualitas. Target penjualan produk Faeyza Blossom meliputi pria dan wanita dari segala usia. Faeyza Blossom menawarkan produk yang dapat dirancang sendiri oleh pelanggan, namun produk yang ditawarkan hanya berdasarkan dari 3 kriteria dasar. Dapat dilihat pada tabel di bawah yang berisi harga dan jenis buket bunga yang ditawarkan oleh Faeyza Blossom.

Tabel I.1 Produk Buket Bunga Faeyza Blossom

Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga
Bunga Sintetis	1	Tangkai	Rp.25.000
Bunga Segar	5	Tangkai	Rp.100,000
<i>Additional</i> Bunga Segar	1	Tangkai	Rp.20.000
Money Display (uang pecahan 20k – 100k)	10	Lembar	Rp.100,000 - Rp.1,000,000
<i>Gift Card</i>	1	Buah	Rp.4,000
Jasa Pembuatan Buquet			Rp.20,000

Tetapi UKM Faeyza Blossom memiliki kendala dalam pelaksanaan bisnisnya yaitu pendapatan usaha Faeyza Blossom tidak mencapai target perbualannya. Selain itu menurut observasi yang telah dilakukan kepada pemilik usaha dan pelanggan didapatkan kurangnya pilihan produk yang disediakan oleh usaha Faeyza Blossom. Dapat dilihat pada grafik pendapatan Faeyza Blossom selama 4 bulan terakhir.



Gambar I.5 Grafik Penjualan Faeyza Blossom

Gambar 1.5 merupakan Grafik Pendapatan Faeyza Blossom pada bulan Januari sampai April tahun 2023. Terlihat bahwa pendapatan perbulan dari Faeyza Blossom tidak konstan atau tidak sesuai prediksi. Target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan ditentukan berdasarkan keuntungan bulan sebelumnya, hari perayaan, dan acara khusus yang ada dibulan tersebut. Pada bulan Januari target penjualan ditetapkan sebesar Rp 1.500.000, pendapatan yang didapat pada bulan Januari 2023 adalah Rp 1.498.000. disimpulkan bahwa pendapatan pada bulan Januari mencapai target. Pada bulan berikutnya target ditingkatkan menjadi Rp. 2.000.000 dengan pertimbangan pendapatan bulan sebelumnya dan perayaan hari *valentine*, namun pendapatan pada bulan Februari sebesar Rp 1.911.000 yang berarti tidak mencapai target penjualan.

Pada bulan Maret dan April target penjualan diturunkan menjadi Rp 1.500.000 dengan pertimbangan pendapatan yang tidak mencapai target pada bulan sebelumnya dan hari perayaan wisuda mahasiswa di Bandung. Namun, Pendapatan bulan Maret sebesar Rp1.279.000 dan pada bulan April sebesar Rp 1.359.000. Dapat disimpulkan bahwa pada bulan Maret dan April tidak mencapai target penjualan. Berdasarkan data penjualan diketahui bahwa pendapatan Faeyza Blossom pada bulan Februari hingga Maret 2023 tidak sesuai prediksi, maka perlu dilakukan observasi lebih lanjut.

Berdasarkan observasi lanjutan serta diskusi dengan para pemilik usaha Faeyza Blossom, didapatkan permasalahan yang dimiliki oleh Faeyza Blossom adalah pendapatan yang tidak sesuai prediksi atau target penjualan. Berdasarkan

permasalahan tersebut didapatkan 4 faktor yang menjadi akar permasalahan yaitu *man*, *product*, *place*, dan *promotion*. Dapat dilihat dari pemetaan menggunakan metode diagram tulang ikan berikut.



Gambar I.6 Diagram Tulang Ikan

- Pada aspek *price* terdapat permasalahan berupa harga produk yang terlalu mahal bagi konsumen. Dengan memiliki harga yang cocok dengan kualitas konsumen akan semakin tertarik untuk mengonsumsi sebuah produk. Kemudian terdapat permasalahan lain yaitu harga bahan baku yang tidak stabil, hal ini menyebabkan harga pokok produksi buket bunga yang berubah uban dan tidak konstan. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut perusahaan dapat memilih vendor dengan baik sehingga harga bahan baku cocok dan kualitas terjamin
- Pada aspek *place* perusahaan belum memiliki toko *offline* yang strategis, dengan memiliki lokasi toko yang strategis akan meningkatkan jumlah pelanggan. Faeyza Blossom juga belum memiliki website perusahaan yang dapat digunakan untuk melakukan penjualan kepada pelanggan. Dengan memiliki website resmi pelanggan akan lebih mudah untuk mengetahui tentang Faeyza Blossom. Perusahaan juga dapat menggunakan website sebagai media promosi produk kepada pelanggan.
- Pada aspek *promotion* didapatkan bahwa strategi pemasaran Faeyza Blossom yang masih kurang optimal. Pada saat ini Perusahaan **Faeyza Blossom** tidak

memiliki media penjualan Online yang bervariasi, perusahaan belum memanfaatkan media penjualan Online seperti Shopee dan Tokopedia, melainkan hanya menggunakan platform sosial media yaitu Instagram. Selain itu **Faeyza Blossom** belum memanfaatkan metode promosi atau diskon kepada pelanggan. Dengan adanya diskon atau promosi, pelanggan akan semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

- Pada aspek *product* terdapat masalah pada jenis atau variasi produk yang kurang beragam. seperti kurangnya jenis bunga yang digunakan, desain buket yang kurang bervariasi, dan ukuran buket yang tidak bervariasi, selain itu *packaging* dari produk buket bunga masih kurang menarik dan tidak efektif. *Packaging* buket bunga masih belum menjaga ketahanan dari kualitas bunga yang di produksi.

I.2 Alternatif Solusi

Setelah melakukan identifikasi masalah pada diagram tulang ikan, maka diberikan alternatif solusi untuk setiap aspek permasalahan yang ada.

Tabel I.2 Alternatif Solusi

NO	Permasalahan		Alternatif Solusi
1	<i>PRICE</i>	Harga produk tidak sesuai dengan kualitas produk	Pemilihan Vendor bahan baku yang memberikan harga rendah dan memiliki produk berkualitas tinggi
		Harga bahan baku yang tidak stabil	
2	<i>PRODUCT</i>	Variasi produk yang kurang beragam	Perancangan perbaikan atribut produk Faeyza Blossom berdasarkan preferensi konsumen
		Packaging produk yang kurang menarik dan efektif	
3	<i>PROMOTION</i>	Media penjualan online yang tidak bervariasi	Perancangan strategi pemasaran produk Faeyza Blossom untuk meningkatkan penjualan
		Belum adanya promosi yang ditawarkan kepada pelanggan	

Tabel I.2 Alternatif Solusi (Lanjutan)

4	PLACE	Belum memiliki toko <i>offline</i> yang strategis	Perancangan perbaikan lokasi toko <i>offline</i> dan perancangan website Faeyza Blossom
		Belum memiliki website penjualan	

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan pada Tabel 1.2, dijelaskan bahwa terdapat beberapa aspek penyebab permasalahan seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya. Selanjutnya adalah mencari potensi solusi yang terbaik untuk dilaksanakan dengan memberikan penilaian dengan skala 1 sampai 5 berdasarkan beberapa faktor.

Tabel I.3 Penilaian Alternatif Solusi

NO	Alternatif Solusi	Implementasi Solusi				TOTAL SCORE
		Relatif Mudah	Relatif Murah	Memberi Dampak Signifikan	Lebih Cepat untuk Direalisasikan	
1	Pemilihan Vendor bahan baku yang memberikan harga rendah dan memiliki produk berkualitas tinggi	2	3	4	3	12
2	Perancangan Perbaikan atribut produk Faeyza Blossom berdasarkan preferensi konsumen	4	4	5	4	17
3	Perancangan strategi pemasaran produk Faeyza Blossom untuk meningkatkan penjualan	4	3	4	3	14

Tabel I.3 Penilaian Alternatif Solusi (Lanjutan)

4	Perancangan perbaikan lokasi toko <i>offline</i> dan perancangan website penjualan Faeyza Blossom	2	1	4	2	9
---	---	---	---	---	---	---

Tabel 1.3 merupakan penilaian alternatif solusi untuk menentukan solusi terbaik untuk dilaksanakan dalam penelitian ini. Seperti yang dapat dilihat dari penilaian tersebut solusi yang terpilih adalah perancangan perbaikan atribut produk Faeyza Blossom berdasarkan preferensi konsumen, dikarenakan hasil penilaian menunjukkan solusi tersebut memiliki total nilai tertinggi sebesar 17. Penilaian menunjukkan alternatif solusi tersebut memberikan pengaruh yang signifikan kepada perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Implementasi solusi juga lebih cepat untuk direalisasikan, selain itu solusi tidak memakan biaya terlalu besar serta mudah dilaksanakan. Berdasarkan survei pendahuluan melalui wawancara dengan pemilik dan konsumen, didapatkan bahwa terdapat keluhan terhadap produk dari Faeyza Blossom. Narasumber yang dipilih adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian produk Faeyza Blossom lebih dari satu kali. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 konsumen Faeyza Blossom.

Tabel I.4 Survey Pendahuluan Keluhan Pelanggan

NO	KELUHAN
1	Bunga kurang Tahan Lama
2	Desain Produk yang kurang menarik
3	Pilihan produk yang kurang bervariasi
4	Harga produk yang terlalu mahal
5	Pelayanan kurang cepat tanggap
6	Ukuran produk kurang bervariasi

Berdasarkan Tabel I.4 didapatkan keluhan yang paling dirasakan oleh pelanggan Faeyza Blossom Blossom, dengan mengetahui keluhan tersebut penulis dapat mengetahui aspek produk yang harus disesuaikan dengan preferensi konsumen. Berikut merupakan aspek produk yang didapatkan dari hasil wawancara

kepada 10 narasumber terpilih. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) suatu produk biasanya diikuti oleh serangkaian atribut-atribut yang menyertai produk meliputi beberapa hal, yaitu material produk, harga produk, fitur produk, desain produk, merek, label, pelayanan pendukung, dan kemasan/ukuran produk. Setelah melaksanakan wawancara kepada 10 sampel terpilih, penulis membagikan kuesioner pendahuluan kepada responden untuk mengetahui aspek apa yang menjadi prioritas responden dalam membeli produk buket bunga.

Tabel I.5 Aspek yang Menjadi Prioritas Pelanggan
(Sumber: Wawancara *offline* dengan 10 sampel terpilih)

NO	Aspek Produk	Persentase
1	Material	20%
2	Desain	30%
3	Fitur	10%
4	Harga	30%
5	Ukuran	10%

Tabel I.5 menunjukkan hasil dari kuesioner yang diberikan kepada 10 responden terpilih. Dapat dilihat bahwa terdapat 5 aspek yang menjadi perhatian pelanggan yaitu material, desain, fitur, harga, dan kemasan produk.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa atribut dan level atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen produk Faeyza Blossom?
2. Apa saja perbandingan atribut dan level atribut yang dimiliki produk Faeyza Blossom dengan keinginan pelanggan?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan atribut produk Faeyza Blossom agar dapat menarik minat konsumen?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang didapat, tujuan dari penelitian ini, antara lain adalah :

1. Mengidentifikasi atribut dan level atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen produk Faeyza Blossom.
2. Mengetahui perbandingan atribut dan taraf atribut yang dimiliki produk Faeyza Blossom yang sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Mengetahui rekomendasi perbaikan atribut produk Faeyza Blossom agar dapat menarik minat konsumen.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada perusahaan agar bisa meningkatkan pendapatan usaha Faeyza Blossom.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perancangan produk buket bunga Faeyza Blossom yang sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman penulis mengenai pengembangan usaha dengan solusi perbaikan atribut produk menggunakan metode *Conjoint analysis*.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya untuk industri sejenis.

I.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan proposal ini terdapat sistematika penulisan yang bertujuan untuk memperjelas isi dari penelitian yang dilakukan. uraian dari sistematika penulisan yang ada di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang penjelasan Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Tugas Akhir, Manfaat Tugas Akhir, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori relevan atau konsep umum yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yang berfungsi sebagai kerangka berpikir dalam menyelesaikan penelitian ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian, langkah-langkah, serta penggunaan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam mengumpulkan dan pengolahan data.

BAB V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai hasil dari pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan dalam proses penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penyelesaian permasalahan yang dilakukan pada penelitian ini dan saran atas penyelesaian masalah untuk penelitian selanjutnya.