

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Deskripsi Bisnis

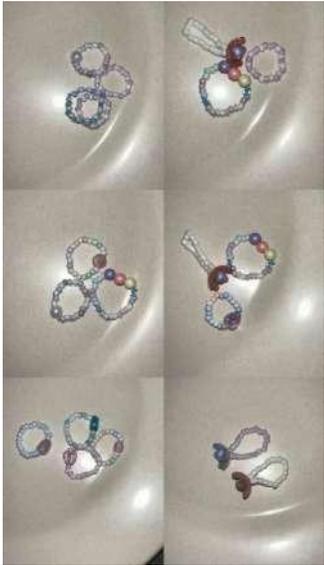
Flowerry forist adalah sebuah *start-up* yang memproduksi berbagai aksesoris menggunakan manik-manik sebagai bahan utamanya. Didirikan pada 23 September 2023 di Bandung, Flowerry forist merupakan *start-up* yang mengutamakan penggunaan manik-manik dalam pembuatan aksesoris sesuai permintaan pelanggan. Penjualan Flowerry forist berfokus pada media sosial. Penggunaan manik-manik dalam dunia aksesoris dan kerajinan tangan telah lama menjadi tren yang populer. Flowerry forist hadir sebagai tempat produksi berbagai jenis aksesoris dengan menggunakan manik-manik sebagai bahan utama atau tambahan sesuai keinginan pelanggan. Nama “Flowerry forist” mencerminkan toko yang identik dengan bunga-bunga yang indah dan menonjol. Flowerry forist tidak hanya memproduksi aksesoris, tetapi juga menggunakan manik-manik sebagai aksesoris tambahan yang menarik.

Flowerry forist adalah industri rumahan yang semua kegiatan dan pembuatan kerajinannya dilakukan di rumah. Pembuatan manik-manik ini dilakukan oleh lima mahasiswa Universitas Telkom, masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda. Awalnya, produk yang diproduksinya aksesoris dasar seperti cincin, kalung, dan gelang. Namun, dengan meningkatnya permintaan konsumen seperti strapphone dan strapmask, Flowerry forist berinovasi dengan memproduksi aksesoris manik-manik sesuai permintaan customer. Sistem pemesanan menggunakan sistem PO (Pre Order), memungkinkan konsumen memilih model aksesoris sesuai keinginan. Harga manik-manik bervariasi tergantung permintaan dan tingkat kesulitan pembuatan. Pemesanan melalui PO dan custom lebih mahal daripada produk siap pakai, sementara pembelian offline relatif lebih murah. Dua sistem ini memudahkan konsumen dalam memesan produk.

Seiring berjalannya waktu, permintaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh Flowerry.forist semakin bervariasi. Misalnya, ada permintaan penambahan manik-manik pada hijab, sandal, dan baju. Dalam produksi terbaru, Flowerry.forist bekerja sama dengan konveksi hijab, sandal, dan baju. Selain

bekerja dengan konveksi, tim dari Flowerry.forist juga menerima permintaan penambahan manik-manik dengan cara memberikan produk hijab polos dan contoh model aksesoris manik-manik yang diinginkan. Dengan demikian, pemesanan tidak hanya bisa dilakukan melalui konveksi, tetapi juga bisa datang langsung ke tempat untuk melakukan pemesanan. Harga produk yang diproduksi beragam. Berikut adalah rincian harga penjualan dari produk Flowerry.forist, yaitu:

Tabel 1 Produk Flowerry forist (sumber : tim flowerry forist)

No	Nama Produk	Gambar Produk	Harga
1	Cincin		Rp.4000- Rp.5000
2	Gelang		Rp.15000 - Rp.25000

3	Kalung		Rp.15.000 - Rp.20.000
---	--------	--	-----------------------

Bisnis ini menerapkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan tren terkini, yaitu penggunaan media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dalam era digital karena jangkauannya yang luas, kemampuan untuk menjangkau konsumen secara real-time, dan biaya yang relatif rendah. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahun, menjadikannya pasar potensial yang tidak dapat diabaikan oleh pelaku usaha. Penggunaan media sosial juga menawarkan fleksibilitas dalam menciptakan konten kreatif, baik dalam bentuk gambar, video, maupun interaksi langsung dengan konsumen. Hal ini memungkinkan pelaku bisnis untuk membangun kedekatan emosional dan loyalitas pelanggan dengan cara yang lebih personal. Flowerry.forist memilih Instagram sebagai platform pemasaran utama. Platform ini dianggap sangat cocok karena fitur-fiturnya, seperti Instagram Stories, Reels, dan Feed, memungkinkan konten produk untuk ditampilkan secara visual dengan estetika yang menarik. Selain itu, Instagram memiliki demografi pengguna yang mayoritas terdiri dari anak muda dan dewasa muda, yang merupakan target pasar utama dari produk aksesoris Flowerry.forist. Dengan memanfaatkan Instagram, Flowerry.forist dapat membangun citra merek yang kuat sekaligus meningkatkan interaksi dengan konsumen, seperti melalui komentar, pesan langsung, dan kampanye berbasis hashtag.

Namun, di tengah pesatnya perkembangan media sosial, tantangan juga muncul, terutama dalam hal persaingan. Banyak pelaku bisnis yang kini menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, baik di bidang aksesoris, fashion, maupun sektor lainnya. Tak hanya akun-akun bisnis resmi, banyak akun lain, seperti influencer atau akun khusus promosi, yang bersedia membantu memasarkan produk dengan berbagai skema kerja sama. Kompetisi ini mengharuskan Flowerry.forist untuk lebih kreatif dan strategis dalam mengelola media sosial agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Flowerry.forist perlu memastikan bahwa konten yang mereka tampilkan sesuai dengan preferensi target pasar, baik dari segi desain, gaya bahasa, hingga waktu unggahan yang tepat.

1.2 Latar Belakang

Saat ini Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki beraneka ragam kerajinan. Setiap daerah di Indonesia memiliki beraneka ragam jenis kerajinan yang berbeda dengan daerah lainnya. Ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki kerajinan yang beraneka. Salah satu dari kerajinan yang populer di Indonesia adalah penggunaan aksesoris sebagai pelengkap dari sebuah fashion.

Perekonomian Indonesia tidak lepas dari peran sektor industri, sektor industri menjadi roda penggerak dalam kegiatan ekonomi (Yayasan & Menulis, n.d.) Perkembangan sektor industri di Indonesia sangatlah fleksibel, dimana sektor industri ini mampu bertahan walaupun Indonesia sedang terkena krisis, bahkan sebagian menunjukkan perkembangan yang berarti. Dibuktikan dengan kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDB yang cukup besar, dimana sektor industri mampu menunjukkan peningkatan nilai tambah serta memperluas lapangan pekerjaan (Yulianita, n.d., 2023).

Jika dilihat dari jumlah merek aksesoris di Indonesia saat ini terdapat lebih dari 500 jenis brand fashion dan aksesoris di Indonesia yang diolah oleh Masyarakat Indonesia (Sumber:Kementerian Perdagangan Republik Indonesia,2008) (Dios, 2019). Beberapa data pendukung yang juga membahas tentang peminat penggunaan aksesoris di setiap tahunnya terus meningkat. Dikutip dari sensus accesoriesmagazine.com yang juga menjelaskan tentang kenaikan peminat aksesoris disetiap tahunnya untuk memperlengkap penampilan.

Industri kerajinan manik-manik di Kota Bandung memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal. Selain menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi para pengrajin, industri ini juga menarik banyak wisatawan. Dengan semakin banyaknya desain dan macam aksesoris yang sesuai dengan kebutuhan, menjadi alasan pertambahan konsumen aksesoris. Aksesoris memiliki jenis yang beragam yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta gaya pemakainya. Hal ini mencerminkan tren positif dalam industri aksesoris, di mana konsumen semakin terbuka terhadap beragam pilihan yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka.

Pada saat ini pengguna aksesoris tidak hanya di gandrungi oleh kaum Perempuan saja bahkan sampai saat ini kaum laki-laki juga dapat menggunakan aksesoris untuk menunjang penampilan. Sehingga hal ini memperluas target pasar dari penjualan aksesoris terutama pada aksesoris manik-manik.

Kelompok Umur	Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin						
	Laki-laki			Perempuan			
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021
0 - 4	92.798	92.590	91.478	88.580	86.667	87.842	181.378
5 - 9	90.935	107.445	90.967	87.077	100.452	87.238	178.012
10 - 14	98.826	109.763	94.143	93.211	103.798	89.465	192.037
15 - 19	102.232	98.457	102.936	96.706	94.265	97.094	199.938
20 - 24	100.290	104.857	104.518	97.337	100.315	102.112	197.647
25 - 29	101.090	100.986	101.712	98.185	100.634	100.864	199.275
30 - 34	97.745	93.681	98.939	93.728	92.958	96.291	191.473
35 - 39	98.581	94.803	96.151	92.833	93.086	91.974	191.414
40 - 44	96.562	104.649	97.216	93.003	102.820	92.732	199.585
45 - 49	85.944	91.061	91.481	84.974	91.900	89.183	170.918
50 - 54	76.811	82.019	79.473	77.989	83.374	79.913	154.600
55 - 59	64.166	64.817	68.582	67.580	68.660	71.182	131.746
60 - 64	50.611	50.487	54.232	53.561	55.294	57.850	104.172
65 - 69	38.312	37.568	40.620	41.893	40.449	44.631	80.205

penduduk Miskin 2023 (P0): 3,96 persen || Pelayanan Statistik Terpadu (PST) BPS Kota Bandung melayani pada pukul 08.00 sd 15.30 WIB setiap hari kerja. || Klik di

Gambar 1 Data Penduduk Bandung

Jika dilihat dari data diatas jumlah penduduk Bandung dengan rentang umur 15-30 tahun berjumlah 609.236 jiwa dengan jumlah penduduk Perempuan sebesar 300.070 jiwa dan laki-laki sebesar 309.166 jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa tingginya peluang pasar yang dimiliki oleh pengrajin aksesoris. Peluang ini menjadi salah satu landasan berdirinya Flowerry.forist di wilayah Bandung. Pemilihan Bandung sebagai wilayah pemasaran flowery.forist juga berdasarkan pada julukan Bandung “Paris van java”. Dikutip dari website AyoBandung.com Selasa,9 Juli 2024 yang menjelaskan tentang julukan paris van java yang telah lama dikenal sebagai salah satu pusat fashion terkemuka di Indonesia.



Gambar 2 Berita AyoBandung.Com

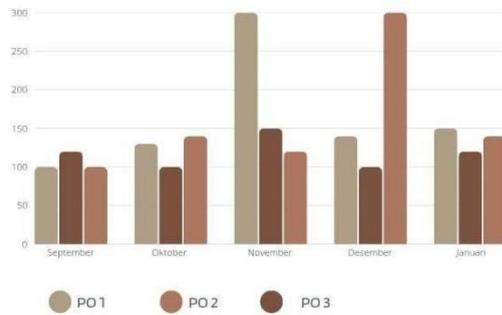


Gambar 3 Indotextiles

Ciri khas serta keberagaman produk fashion menjadikan Bandung dikenal luas sebagai Kota Fashion. Kota ini telah diakui sebagai pusat produksi fashion, aksesoris, dan industri kreatif. Bandung memiliki banyak pengrajin dan desainer lokal berbakat yang menunjukkan tingkat keahlian dan kreativitas luar biasa dalam menciptakan karya-karya aksesoris maupun manik-manik yang unik dan berkualitas tinggi (Supriatin, 2019).

Salah satu usaha yang berkembang di bidang kerajinan manik-manik di Bandung adalah Flowerry.forist, yang didirikan pada 23 September 2023. Usaha ini mengkhususkan diri dalam produksi aksesoris seperti cincin, gelang, kalung, dan strap phone dengan desain kreatif dan kualitas tinggi. Kota Bandung sebagai pusat mode memberikan keuntungan kompetitif bagi Flowerry.forist untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, meskipun usaha ini telah menunjukkan pertumbuhan yang positif, kapasitas produksi Flowerry.forist masih terbatas. Dengan rata-rata produksi harian sebesar 100 hingga 150 pcs, usaha ini belum mampu sepenuhnya memenuhi lonjakan permintaan yang terjadi, terutama pada periode tertentu. Pada awal November dan akhir tahun 2023, permintaan terhadap produk Flowerry.forist meningkat tajam hingga mencapai 300 pcs per hari. Lonjakan ini dipicu oleh strategi promosi yang efektif berupa diskon “buy 2 get 1” yang dilakukan melalui Instagram. Promosi ini diluncurkan bertepatan dengan momen akhir tahun, saat masyarakat cenderung berbelanja lebih banyak untuk keperluan pribadi maupun hadiah. Dari total permintaan harian sebesar 300 pcs, komposisinya terdiri dari 80 cincin, 80 gelang, 75 strap phone, dan 65 kalung. Strategi promosi tersebut tidak hanya berhasil meningkatkan jumlah pesanan secara signifikan, tetapi juga memperluas eksposur merek Flowerry.forist di pasar online, sehingga semakin dikenal oleh khalayak luas.

Data pesanan preorder dari bulan September 2023 hingga Januari 2024 menunjukkan pola peningkatan yang signifikan, terutama pada bulan November dan Desember. Jadwal preorder dilakukan sebanyak tiga kali setiap bulan dengan rincian berikut:



Setiap jenis aksesoris yang diproduksi Flowerry.forist memiliki tingkat kerumitan yang berbeda, sehingga waktu produksi juga bervariasi. Untuk pengerjaan cincin, diperlukan waktu sekitar 10 menit per unit, sedangkan untuk strap phone, gelang, dan kalung, masing-masing membutuhkan waktu 25 menit per unit. Dengan durasi produksi tersebut dan kapasitas tenaga kerja yang terbatas, Flowerry.forist menghadapi tantangan besar dalam memenuhi lonjakan permintaan konsumen, terutama pada periode dengan pesanan tinggi.

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas produksi Flowerry.forist. Langkah ini dapat melibatkan optimalisasi proses kerja, penambahan tenaga kerja terampil, serta penerapan teknologi yang mendukung efisiensi produksi. Dengan strategi yang tepat, Flowerry.forist dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat sekaligus mempertahankan daya saingnya. Selain itu, optimalisasi ini juga akan memberikan kontribusi yang lebih besar pada perekonomian lokal, terutama dalam mendukung industri kreatif di Kota Bandung yang memiliki potensi besar dalam sektor kerajinan dan aksesoris.

Permintaan pasar terhadap produk ini sangat tinggi, menunjukkan minat dan kebutuhan konsumen yang besar (Reksoprayitno, 2021). Namun, kendala utama yang dihadapi adalah kapasitas produksi yang masih lemah (Zainul, 2019). Hal ini menyebabkan ketidakmampuan untuk memenuhi semua permintaan yang masuk, sehingga peluang pasar yang besar tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Upaya peningkatan efisiensi produksi dan penambahan kapasitas sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan ini dan memastikan produk dapat tersedia bagi semua konsumen yang menginginkannya (Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020).

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan kapasitas produksi yang efektif dan efisiensi pada produk flowerry forist

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara meningkatkan kapasitas produksi yang efektif dan efiesinsipada produk floweery forist

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini membawa dampak positif yang sangat besar bagi industri manik manik, sebagai berikut :

1. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam yang membantu dalam mengoptimalkan pemenuhan permintaan konsumen yang tinggi dengan proses produksi
2. Temuan penelitian memungkinkan produsen mengembangkan produk baru yang lebih inovatif dan menarik, meningkatkan daya tarik dan daya saing di pasar yang terus berubah.
3. Penelitian ini mendukung pertumbuhan berkelanjutan dengan mengatasi tantangan kualitas produk, memperkuat reputasi industri manik-manik, dan membuka peluang ekspansi pasar serta kerjasama internasional.

1.6 Waktu dan Periode

Penelitian ini terbagi dalam dua fase utama. Fase pertama adalah pengumpulan data, yang dimulai sejak izin penelitian dikeluarkan dan berlangsung sekitar 4 bulan. Fase kedua adalah pengolahan data, yang memakan waktu sekitar 1 bulan setelah pengumpulan data selesai. Fase ini mencakup penyajian data dalam bentuk skripsi serta proses bimbingan.

Tempat pelaksanaan penelitian adalah di Bandung, dengan responden yang merupakan pelanggan dari Florist. Pemilihan lokasi dan responden ini dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan

Pada bab pendahuluan menjelaskan latar belakang dan deskripsi bisnis pada produk aksesoris manik-manik. Selain itu pada bab ini juga akan menjelaskan tentang deskripsi bisnis mencakup batasan yang ada pada penelitian ini. Memberikan penjelasan singkat tentang ide bisnis, manfaat penulisan, dan pendekatan pengumpulan data.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab kedua tinjauan pustaka berisi tentang latar belakang teoritis, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, mendukung metodologi penelitian, mengkontraskan hasil penelitian, dan menetapkan kredibilitas peneliti.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ketiga metode penelitian berisi tentang cara sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis, yang mencakup pendekatan kualitatif, kuantitatif, atau campuran.

Bab IV: Penelitian dan Pembahasan

Bab keempat akan menjelaskan tentang menyajikan data yang telah dikumpulkan, menganalisisnya dengan metode yang telah ditentukan, dan membahas temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian atau hipotesis yang diajukan.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab kelima akan menjelaskan tentang merangkum temuan utama dari penelitian, menyoroti jawaban atas pertanyaan penelitian atau konfirmasi hipotesis yang diajukan dan saran untuk penelitian selanjutnya