

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

MakaraFlorist adalah usaha jasa sewa papan bunga yang terinspirasi dari kegundahan bagwa sangat sulit mendapatkan papan bunga yang dapat disesuaikan dengan konsep acara yang bernuansa budaya atau adat. Pilihan yang tersedia di pasaran cenderung monoton dan mengikuti tren moder. Akibatnya banyak acara yang kehilangan sentuhan personal yang kental dengan akar budaya.

Di samping itu, di era globalisasi dan modernisasi banyak aspek budaya terancam punah atau terlupakan, sehingga munculah ide untuk membangun usaha penyewaan papan bunga dengan konsep memadukan unsur budaya dan modern seperti yang di atur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan yang membahas mengenai pelestarian dan pengembangan budaya.¹ Sehingga Usaha penyewaan papan bunga kami hadir dengan tampilan berbeda dimana kami mengangkat konsep budaya yang merupakan upaya lokal dalam mempertahankan nilai, norma, tradisi, dan kearifan yang berkembang di suatu komunitas atau daerah untuk mempertahankan, melestarikan, dan menghargai warisan budaya dalam era yang terus berkembang dan terpengaruh oleh tren modern.² Meskipun mempertahankan aspek kultural, usaha penyewaan papan bunga ini juga dapat menjadi wadah untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi sebab belum pernah ada usaha papan bunga dengan konsep yang sejenis. Penggunaan desain yang kreatif dan modern yang tetap mengakar pada unsur budaya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Usaha penyewaan papan bunga yang bernuansa budaya memiliki potensi untuk menjadi lebih dari sekadar bisnis komersial, tetapi juga menjadi agen pemeliharaan dan pengembangan warisan budaya.

Makara *florist* menawarkan pelanggan untuk mendapatkan dekorasi yang sesuai dengan tema acara mereka. Pilihan katalog yang kami sediakan juga bukan hanya tersedia untuk pelanggan yang menginginkan desain modern, akan tetapi dapat mendukung berbagai perayaan adat seperti pernikahan, khitanan, ataupun perayaan adat lainnya. Pelanggan dapat memilih model papan bunga yang sesuai dengan tema dan suasana acara tersebut. Sehingga kami mendirikan jasa penyewaan papan bunga yang memadukan unsur budaya dan modern sebagai respons terhadap evolusi tren sosial, budaya, dan kebutuhan konsumen dalam penyampaian pesan serta merayakan momen-momen pentingnya melalui papan bunga.

¹ Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang *Pemajuan Kebudayaan*.

² Hasibuan, R. P. A., Harahap, A. R., & Rizka Ar Rahmah, M. E. (2025). *Pengembangan UMKM berbasis budaya sebagai pondasi ekonomi*. PT Penerbit Qriset Indonesia. Hal.11

BAB II. DESKRIPSI USAHA

2.1 Produk/Jasa

Inovasi “Makara *Florist*” adalah menyediakan jasa sewa papan bunga custom yang memadukan konsep budaya dan modern. Bukan hanya itu, tersedia juga berbagai pilihan koleksi papan bunga yang *aesthetic*. Kami menawarkan *custom* desain sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen dapat menentukan bagaimana desain dan bentuk dari papan bunga akrilik. Sehingga yang membedakannya dengan produk jasa sewa kompetitor lain dimana produk dari kompetitor lain hanya memberikan pelanggan untuk memilih desain yang telah ada.

Produk utama atau yang menjadi produk unggulan dari usaha jasa Makara *Florist* yaitu papan bunga yang memadukan nuansa modern dan nuansa budaya. Dimana pilihan produk dengan desain nuansa budaya, yaitu dengan memberikan ornamen-ornamen budaya. Seperti penambahan ukiran, kain batik dan kain tenun serta sentuhan yang menggambarkan budaya. Dekorasi seperti ini sangatlah unik dan autentik dan belum pernah kita jumpai di produk-produk kompetitor manapun. Pilihan desain produk Makara *Florist* sangat cocok dijadikan sebuah contoh usaha bagi pengusahalain, karena dengan mencampurkan unsur budaya dalam mempertahankan budaya yang ada tanpa menghilangkan nilai esensi lokalnya.³

2.2 Konsumen Potensial

Kriteria ini menilai segmentasi konsumen dan target pembeli potensial serta posisi produk di pasar berdasarkan (*Targeting, Positioning, Segementation*), termasuk uraian tentang potensi pasar yang juga mencakup ukuran pasar dan pangsa pasar serta analisis kompetitor di pasar.⁴

a. *Positioning*

Konsumen membutuhkan suatu jasa sewa papan bunga yang dapat digunakan sesuai dengan tema dari acara. Konsumen sudah merasa bosan dengan desain yang dipajang di beberapa etalase toko-toko atau penerima jasa sewa papan bunga lainnya. Makara *Florist* hadir sebagai usaha jasa sewa yang papan bunga yang memberikan kebebasan kepada Konsumen untuk mendesain papan bunga ucapan sesuai dengan keinginan Konsumen. Para konsumen yang membutuhkan papan bunga pada acara *grand opening*, pameran, pernikahan yang bernuansa budaya tentunya sangat sulit untuk menemukan papan bunga sesuai dengan tema budaya, dikarena papan bunga yang banyak dijumpai lebih bernuansa modern. Yang kemudian sangat kurang cocok ketika dipajang di acara yg bernuansa budaya.

b. *Targeting*

1. Segmentasi pasar secara demografis

Target marketnya pada usaha ini pelajar atau mahasiswa pada usia 15-25 tahun karena memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan ucapan

³ Saputra, R., Hasanah, N., Azis, M., Putra, M. A., & Armayadi, Y. (2024). *Peran seni dalam mempertahankan identitas budaya lokal di era modern*. Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya, 9(2), 183-195.

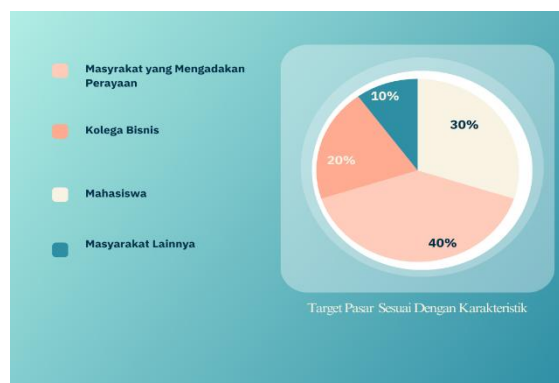
⁴ Khandelwal, K., Jakhar, T., & Khandelwal, T. (2020). *Segmentation, Targeting and Positioning*. International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET) e-ISSN, 2395-0056.

dalam bentuk yang lebih estetika. Masyarakat umum atau pekerja pada usia 25-60 karena mereka cenderung lebih menyukai kreasi dekorasi yang mengkombinasikan dengan unsur budaya namun tetap terkesan estetika

2. Segmentasi pasar secara psikografis

Masyarakat umum yang cenderung memiliki preferensi budaya dan estetika, mereka adalah orang-orang yang tertarik dengan hal yang berbau budaya namun tetap terkesan estetik. Menggabungkan nuansa budaya dalam setiap desain papan bunga tentunya dapat menambah nilai estetika dari papan bunga itu sendiri.

3. Segmentasi pasar mengelompokkan target konsumen atau pelanggan papan bunga Makara Florist berdasarkan wilayah domisili, diawali dari Kota Makassar pada lingkungan perguruan tinggi dan masyarakat secara umum, kemudian mencakup kabupaten sekitar, yakni kabupaten Gowa dan kabupaten Maros.



Gambar 1. Target Pasar Sesuai Dengan Karakteristik

Jumlah konsumen potensial untuk Makara Florist ternyata mayoritas pada kelompok usia 19- 23 tahun yang dibuktikan dengan survei kami dengan persentase 81,1% untuk kelompok umur 19-23 tahun. Sejalan dengan kelompok umur, sebanyak 81,1% responden berdomisili di Makassar. lebih dari itu, Makara florist telah berhasil menasar berbagai kelompok umur dan daerah pasar yang lebih luas.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, tim Makara Florist berhasil melihat peluang dalam mengeksplor keinginan masyarakat yang melihat kecocokan antara perpaduan budaya dan desain modern dalam suatu papan bunga. Ini menjadi terobosan sendiri dalam bisnis *florist*, sekaligus membawa nilai lain dalam hal memperkenalkan budaya ke khalayak luas.

Makara Florist berhasil mempromosikan produk dengan berbagai segmentasi. Berdasarkan survei dan penjualan, produk dominan diminati oleh mahasiswa dalam acara peringatan semisal wisuda maupun seminar hasil, namun lebih dari itu tim tetap berhasil menggaet untuk kebutuhan lain dalam hal ini grand opening suatu toko, rumah makan dan sejenisnya. Pasar dari makara florist semakin luas menyebar terlebih dalam lingkup Sulawesi Selatan.

Merujuk pada target pasar tersebut, Makara Florist menetapkan standar operasional berupa kemampuan menyewakan sebanyak 3–4 papan bunga per minggu sebagai tolok ukur kinerja minimal. Berdasarkan data laporan keuangan yang tercatat selama periode operasional Juli 2024 s.d Juni 2025, Makara Florist terbukti mampu memenuhi bahkan melampaui target tersebut. Pada bulan-bulan puncak seperti Oktober dan November 2024, jumlah penyewaan meningkat signifikan yang tercermin dari lonjakan pendapatan sewa yang mencapai Rp2.045.000 dan Rp3.540.000 secara berturut-turut, jauh di atas rata-rata bulan lainnya.

Dengan asumsi harga sewa rata-rata Rp115.000 per papan bunga, target 3–4 papan per minggu berarti minimal 12–16 papan per bulan atau senilai Rp1.380.000–Rp1.840.000 per bulan. Berdasarkan catatan keuangan, mayoritas bulan operasional Makara Florist melampaui angka tersebut, yang menunjukkan bahwa Makara Florist secara konsisten melampaui target segmentasi yang ditetapkan. Pencapaian ini mengindikasikan bahwa segmentasi yang dipilih tepat sasaran dan strategi pemasaran yang diterapkan efektif menjangkau konsumen potensial di wilayah Makassar, Gowa, dan Maros.

Merujuk pada target Serviceable Obtainable Market (SOM) tersebut, Makara Florist menetapkan standar operasional berupa kemampuan menyewakan papan bunga sebanyak 3–4 papan bunga per minggu sebagai tolok ukur kinerja minimal. Berdasarkan data laporan keuangan yang tercatat selama periode operasional Juli 2024 hingga Juni 2025, Makara Florist terbukti mampu memenuhi bahkan melampaui target tersebut. Pada bulan-bulan puncak seperti Oktober dan November 2024, jumlah penyewaan meningkat signifikan yang tercermin dari lonjakan pendapatan sewa yang mencapai Rp2.045.000 dan Rp3.540.000 secara berturut-turut jauh di atas rata-rata bulan lainnya.

Dengan asumsi harga sewa rata-rata Rp115.000 per papan bunga, penyewaan 3–4 papan per minggu berarti target minimal bulanan berkisar antara 12–16 papan bunga atau senilai Rp1.380.000–Rp1.840.000 per bulan. Berdasarkan catatan laporan keuangan, mayoritas bulan operasional Makara Florist mencapai pendapatan di atas angka tersebut, yang menunjukkan bahwa Makara Florist secara konsisten melampaui target segmentasi yang ditetapkan. Pencapaian ini mengindikasikan bahwa segmentasi yang dipilih tepat sasaran dan strategi pemasaran yang diterapkan efektif menjangkau konsumen potensial di wilayah Makassar, Gowa, dan Maros.

2.3 Pemasaran

Strategi pemasaran usaha bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, penjualan, pangsa pasar serta loyalitas pelanggan.⁵ Strategi tersebut mencakup saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan. Berikut adalah strategi pemasaran untuk jasa sewa papan bunga menggunakan berbagai alat pemasaran (*marketing tools*):

⁵ Rahmayanti, V., Nurhikmah, N., Fitri, N. A., Sabbar, S. D., & Farida, I. (2025). Peran Strategi 4p Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Loyalitas Pelanggan Di Era Digital. *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(1), 319-329.

1. Media Sosial (*Instagram & tiktok*): Berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, memposting foto dan video papan bunga yang menarik, serta mengadakan kontes atau promo melalui *platform* media sosial.
2. *SEO (Search Engine Optimization)*: Mengoptimalkan situs web agar muncul di peringkat teratas dalam hasil pencarian *Google* ketika pengguna mencari jasa sewa papan bunga di daerah tertentu.
3. *Brosur dan Flyer*: Membuat materi cetak seperti *brosur dan flyer* untuk didistribusikan di tempat-tempat strategis seperti pusat perbelanjaan, kafe, atau tempat-tempat umum lainnya.
4. *Email Marketing*: Mengirimkan *newsletter* berkala kepada pelanggan yang berlangganan untuk memberikan informasi tentang promosi, diskon khusus, atau koleksi papan bunga terbaru.

2.4 Legalitas Usaha

Legalitas usaha adalah standarisasi yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut harus memenuhi syarat tersebut guna dapat bersaing di era pasar bebas.⁶ Adapun dasar hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,⁷ yang kemudian diperkuat dan diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 adalah tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.⁸ Secara substantif, regulasi ini mereformasi sistem perizinan berusaha di Indonesia dengan menerapkan pendekatan perizinan berbasis risiko (*risk based approach*). Hal ini berarti bahwa jenis perizinan yang harus dipenuhi pelaku usaha ditentukan berdasarkan tingkat risiko kegiatan usahanya, bukan lagi semata-mata berdasarkan klasifikasi bidang usaha.

Legalitas usaha memiliki urgensi yang fundamental dalam penyelenggaraan kegiatan bisnis, khususnya bagi pelaku UMKM. Dari perspektif hukum, legalitas merupakan prasyarat agar suatu usaha diakui keberadaannya secara yuridis oleh negara, sehingga memiliki kapasitas hukum untuk melakukan hubungan hukum dengan pihak lain, termasuk dalam hal membuat perjanjian, mengakses pembiayaan perbankan, dan menuntut perlindungan hukum apabila terjadi sengketa. Tanpa status legal yang sah, pelaku usaha berada pada posisi rentan secara hukum karena tidak memiliki dasar hak yang dapat dipertahankan di hadapan hukum.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan keberlanjutan usaha, Makara Florist perlu menempuh sejumlah perlindungan hukum secara bertahap. Yang paling mendesak adalah pendaftaran merek dagang atas nama "Makara Florist" beserta logo

⁶ Anggraeni, R. (2022). Pentingnya legalitas usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77-83

⁷ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang *Cipta Kerja*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245.

⁸ Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Perppu Nomor 2 Tahun 2022 tentang *Cipta Kerja menjadi Undang-Undang*.

dan identitas visualnya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, guna mencegah peniruan oleh pihak lain. Di samping itu, pencatatan hak cipta atas desain-desain orisinal papan bunga yang memadukan ornamen budaya nusantara juga perlu dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Lebih lanjut, seiring pertumbuhan usaha, Makara Florist perlu mempertimbangkan pembentukan badan hukum formal seperti Perseroan Terbatas (PT) atau Persekutuan Komanditer (CV) guna memisahkan harta pribadi dan harta usaha, memperluas akses permodalan, serta memperkuat posisi hukum dalam menjalin kerja sama bisnis yang lebih luas.

2.5 Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis merupakan sistem pengelolaan usaha yang mencakup pembagian struktur kerja serta proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan guna mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien.⁹

Makara Florist dikelola oleh tim yang terdiri dari lima orang dengan pembagian tugas yang jelas dan terstruktur. Setiap anggota tim memiliki peran, spesifikasi keahlian, serta pengalaman yang saling melengkapi untuk memastikan operasional usaha berjalan secara optimal. Pengelolaan bisnis yang baik menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Dalam menjalankan usahanya, Makara Florist menerapkan empat fungsi manajemen yakni, Perencanaan, meliputi penetapan target penyewaan, strategi pemasaran, dan pengelolaan anggaran; Pengorganisasian, yakni pembagian tugas sesuai kompetensi tiap anggota; Pelaksanaan, berupa koordinasi tim dan pelayanan pelanggan; serta Pengawasan, yaitu evaluasi kinerja keuangan dan operasional secara berkala guna memastikan ketercapaian tujuan bisnis.

Berikut adalah pembagian peran dan tugas masing-masing anggota tim Makara Florist:

Tabel 1. Pembagian Peran dan Tugas Anggota Tim Makara Florist

Nama	Posisi	Deskripsi Tugas	Keahlian Utama
Novia Jushu Ramadhani	Ketua Tim	Memimpin tim, mengatur operasional harian, memastikan ketersediaan stok, bertanggung jawab atas seluruh aspek usaha	Kepemimpinan, manajemen logistik, multitasking, komunikasi

⁹ Hantono, S. E., Wijaya, S. F., & SE, M. (2025). *Pengantar manajemen*. Penerbit Widina.

Nama	Posisi	Deskripsi Tugas	Keahlian Utama
Irakania Aprilia	Anggota 1	Merancang desain papan bunga, mendokumentasikan produk, dan mempublikasikan konten di media sosial	Desain grafis, fotografi, editing, konten kreatif
Nola Angrayni	Anggota 2	Mengembangkan inovasi produk, merancang papan bunga, dan mengelola promosi digital serta media sosial	Kreativitas, pemasaran digital, tren pasar, branding
Gilbert Nugrawaputra	Anggota 3	Menyusun laporan keuangan, mengelola keuangan tim, dan memberikan rekomendasi peningkatan efisiensi	Akuntansi, analisis keuangan, Microsoft Excel
Ananda Fahrezi Mappakanro	Anggota 4	Merancang strategi pemasaran, mengatur pengiriman produk, dan mengelola distribusi kepada pelanggan	Strategi pemasaran, distribusi, komunikasi, analisis pasar

Berdasarkan pembagian tugas tersebut, berikut adalah bagan struktur organisasi Tim Makara Florist:



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi Tim Makara Florist

Untuk terus meningkatkan kompetensi, kami rutin mengikuti seminar wirausaha serta kelas merangkai bunga. Langkah ini diambil untuk memperdalam pengetahuan dan

mengasah keterampilan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha kami. Dalam operasionalnya, usaha ini didukung oleh kemitraan strategis, seperti pengrajin eceng gondok, tukang kayu, dan mitra florist yang menyediakan bahan baku berkualitas.

Kesuksesan usaha kami tidak terlepas dari kekuatan kolaborasi tim. Setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab sesuai dengan keahlian masing-masing. Novia Jushu Ramadhani, sebagai ketua, memimpin dan memastikan seluruh anggota tim bertanggung jawab menjalankan tupoksinya. Irakania Aprilia, yang bertanggung jawab untuk marketing, terus mengembangkan strategi promosi yang efektif, mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk semakin memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, Nola Angrayni berperan dalam bagian produksi, memastikan bahwa setiap papan bunga yang kami rangkai memiliki keunikan dan telah sesuai dengan kemauan konsumen. Ananda Fahrezi mengelola operasional, memastikan proses produksi, pengiriman, dan layanan pelanggan berjalan dengan efisien. Di sisi lain, Gilbert Nugrawaputra yang menangani keuangan, menjaga alur kas yang sehat dan memastikan kami tetap berada dalam jalur yang menguntungkan.

Kolaborasi ini semakin kuat dengan dukungan kemitraan yang telah kami bangun, mulai dari pengrajin eceng gondok, tukang kayu, hingga mitra florist. Sinergi antara tim internal dan kemitraan eksternal ini membuat kami mampu menghadirkan produk berkualitas tinggi, tepat waktu, dan sesuai harapan pelanggan. Dengan kombinasi antara kemampuan, semangat, dan keahlian yang dimiliki oleh setiap anggota tim, kami yakin dapat terus tumbuh dan berinovasi untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.