

PELUANG USAHA BUKET KREATIF DI KOTA PALANGKA RAYA

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh:

MARDIANA
NIM 1704120733

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

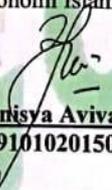
2022/1443 H

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PELUANG USAHA BUKET KREATIF DI KOTA
PALANGKA RAYA
NAMA : MARDIANA
NIM : 1704120733
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Mei 2022

Menyetujui

Pembimbing I	Pembimbing II
	
<u>Dr. Syarifuddin, M.Ag</u> NIP. 197005032001121002	<u>Novi Angga Safitri, M.M.</u> NIP. 199111152019032012
Mengetahui	
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ketua Jurusan Ekonomi Islam
	
<u>Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag</u> NIP. 197004032001121002	<u>Dr. Itsla Yunisya Aviva, M.E.Sy</u> NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Mardiana

Palangka Raya, Mei 2022

Kepada Yth.
Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

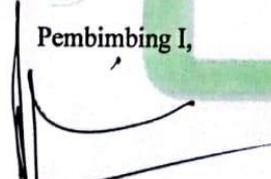
Nama : **Mardiana**
NIM : **1704120733**
Judul : **PELUANG USAHA BUKET KREATIF DI KOTA
PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Syarifuddin, M.Ag
NIP. 197005032001121002


Novi Angga Safitri, M.M.
NIP. 199111152019032012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PELUANG USAHA BUKET KREATIF DI KOTA PALANGKA RAYA** oleh **Mardiana** NIM: 1704120733 telah *dimunaqasyahkan* Tim *Munaqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 Mei 2022

Palangka Raya, 30 Mei 2022

Tim Penguji

1. Ali Sadikin, M.SI
Ketua Sidang
(.....)
2. Jelita, M.SI
Penguji Utama/I
(.....)
3. Dr. Syarifuddin, M.Ag
Penguji II
(.....)
4. Novi Angga Safitri, M.M
Penguji/Sekretaris Sidang
(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 197404232001121002

PELUANG USAHA BUKET KREATIF DI KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh MARDIANA

NIM 1704120733

Bagi masyarakat di kota Palangka Raya buket sudah tidak lagi menjadi hal yang asing didengar, dengan banyaknya acara yang sering diadakan baik acara formal ataupun non formal, buket menjadi pilihan sebagai hadiah dikarenakan buket memiliki desain yang unik dengan harga yang bervariasi pula. Penelitian ini difokuskan pada tiga rumusan masalah yaitu 1) Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan jenis produk/jasa?; 2) Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan minat dan daya beli konsumen?; 3) Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan Analisis SWOT?. Dari rumusan masalah tersebut maka tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peluang usaha buket kreatif di Kota Palangka Raya berdasarkan jenis produk/jasa, minat dan daya beli konsumen, dan berdasarkan analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah usaha buket Fleur.id, Broensis, Balloons.pky, dan Skr.flowproject dengan 4 informan yaitu konsumen buket. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah produk buket cocok dengan keuangan pasar karena bervariasi, kinerja, daya tahan produk, realibilitas, estetika dan kualitas produk baik, buket di buat dan ditata serapi mungkin sehingga menghasilkan buket yang menarik dan membuat konsumen puas dengan produk buket yang dihasilkan. Buket banyak diminati oleh masyarakat dan daya beli terhadap buket pun baik karena buket memiliki desain yang unik dan menarik harga yang terjangkau dan bervariasi, dan lokasi usaha yang strategis sehingga membuat buket diminati oleh masyarakat. Berdasarkan analisis SWOT kekuatan usaha buket yaitu harganya terjangkau, kelemahannya yaitu bahan baku di luar daerah, dan ancamannya yaitu banyaknya pesaing, peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya memiliki prospek yang baik kedepannya dengan terus berinovasi mengikuti trend yang terus berkembang dan menjaga kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Peluang usaha, Buket Kreatif.

CREATIVE BOUQUET BUSINESS OPPORTUNITY IN THE CITY OF PALANGKARAYA

ABSTRACT

By MARDIANA
NIM 1704120733

For people in the city of Palangka Raya, bouquet is no longer a foreign thing to hear, with many events that are often held both formal and non-formal events, bouquets are the choice as gifts because the bouquet has a unique design with varied prices. This research is focused on three problem formulations 1) What are the creative bouquet business opportunities in the city of Palangka Raya based on the type of product/service?; 2) What are the creative bouquet business opportunities in the city of Palangka Raya based on consumer interest and purchasing power?; 3) What are the creative bouquet business opportunities in the city of Palangka Raya based on SWOT analysis?. From the formulation of the problem, the purpose of this thesis is to find out and analyze the creative bouquet business opportunities in Palangka Raya City based on the type of product/service, consumer interest, and purchasing power, and based on SWOT analysis.

This research is field research using qualitative methods. The subjects in this study were the bouquet business of Fleur.id, Broensis, Balloons.pky, and Skr.flowproject with 4 informants, bouquet consumers. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and documentation, then analyzed through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusions.

The results of this study are that the bouquet product is suitable for market finance because of its variety. Performance, product durability, reliability, aesthetics, and good product quality, the bouquet is made and arranged as neatly as possible to produce an attractive bouquet and make consumers satisfied with the resulting bouquet product. Bouquets are in great demand by the public and the purchasing power of the bouquet is good because the bouquet has a unique and attractive design, affordable and varied prices, and a strategic business location that makes the bouquet attractive to the public. Based on SWOT analysis, the strength of the bouquet business is an affordable price, the weakness is the raw materials outside the region, and the threat is a large number of competitors. The creative bouquet business opportunity in Palangka Raya has good prospects in the future by continuing to innovate by following trends that continue to develop and maintain consumer satisfaction.

Keywords: Business opportunity, Creative Bouquet.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur peneliti hanturkan atas kehadiran Allah SWT., yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita meminta pertolongan atas limpahan taufik, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Peluang Usaha Buket Kreatif di Kota Palangka Raya* dengan lancar. Shalawat serta salam tak lupa kita hanturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., beserta para keluarga dan sahabat, serta seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Jelita, S.H.I., M.S.I. selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
4. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M. Si. selaku dosen penasehat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag. sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan

dan saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Ibu Novi Angga Safitri, S.Sy., M.M. sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan memberikan arahan, masukan dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada peneliti.
8. Fleur.id, Broensis, Balloons.pky, dan Skr.flowproject yang telah memberikan izin penelitian dan membantu peneliti dalam memberikan data dan informasi sehingga skripsi ini dapat selesai.
9. Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan moril, material dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
10. Semua pihak yang membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Palangka Raya, Mei 2021

Peneliti

Mardiana
NIM 1704120733



PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mardiana
NIM : 1704120733
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Peluang Usaha Buket Kreatif di Kota Palangka Raya**” adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 12 Mei 2022

Yang Membuat Pernyataan,



MARDIANA

NIM. 1704120733

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbilalamiin. Rasa syukur yang berlimpah kepada Allah SWT. karena atas segala bentuk rasa nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran serta kemudahan, sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu diberikan kesabaran dan mampu lebih bersyukur lagi atas semua nikmat yang telah diberikan. Shalawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam.

1. Teruntuk abah dan mama, skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, motivasi, dan dukungan kepada saya dalam menempuh pendidikan yang lebih baik. Semoga abah dan mama selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang, serta rezeki yang berlimpah dan selalu dalam lindungan Allah SWT., diberikan keselamatan dunia dan akhirat. Aamiin.
2. Teruntuk saudara dan keluargaku tersayang terima kasih telah memberikan dukungan dan dorongan yang membangun kepada saya selama saya berproses. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, selalu dalam lindungan Allah STW. dan dilancarkan rezekinya.
3. Teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag. dan ibu Novi Angga Safitri, M.M. saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas bimbingan serta arahan bapak dan ibu dari awal hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan kalian nantinya

menjadi amal jariyah yang dapat membawa kebaikan serta keberkahan di dunia maupun di akhirat. Aamiin.

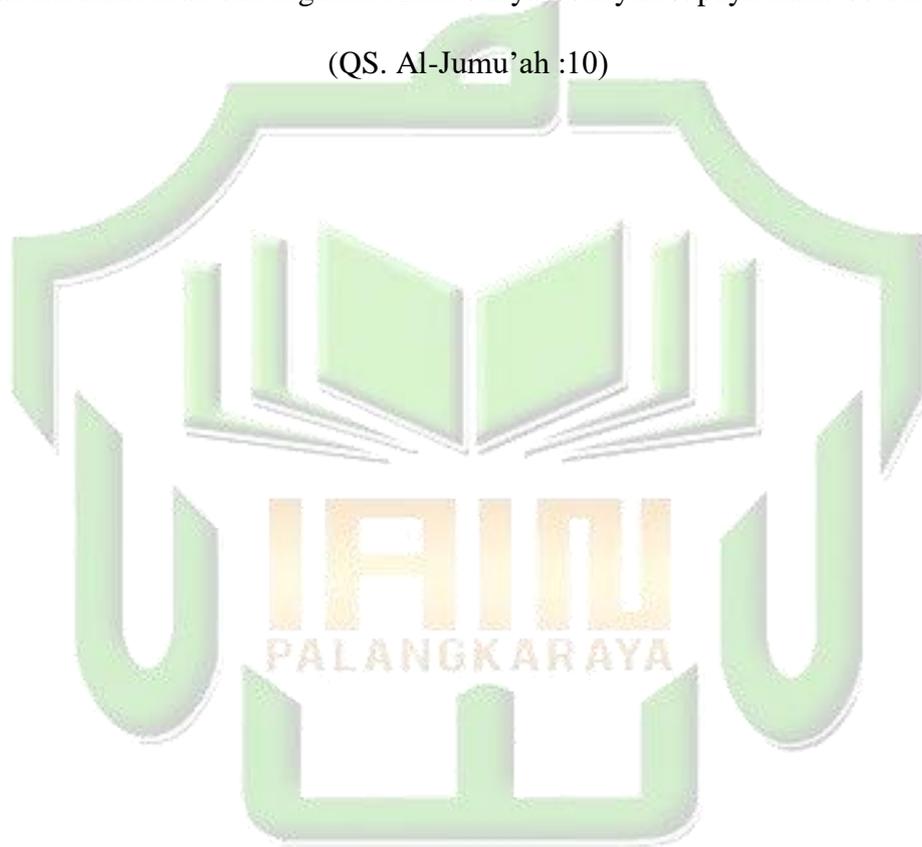
4. Teruntuk sahabat-sahabatku yang kusayangi dan tak akan pernah akan kulupakan. Terima kasih banyak selama ini telah bersedia kebersamai, menyemangati, mendoakan, dan selalu siap membantu di saat sedang mangalami kesusahan. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan kalian dan semoga kita selalu bisa bersama baik dalam keadaan suka maupun duka. Aamiin.
5. Teruntuk teman-teman seperjuangan ESY 17' khususnya ESY-B yang telah memberikan banyak kenangan, baik suka maupun duka selama kita menempuh Pendidikan di IAIN Palangka Raya. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang sukses di dunia dan di akhirat dan tak lupa selalu bersyukur kepada nikmat-Nya.
6. Teruntuk almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih banyak. Semoga tetap jaga dan lebih maju lagi serta mampu menciptakan generasi-generasi muda yang berkualitas dan berakhlak.
7. Teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan kontribusi, baik berupa doa, bantuan, serta dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan kalian. Aamiin...

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

(QS. Al-Jumu'ah :10)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعدين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

2. هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>
-----------	---------	------------------------

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO	xii
PEDOMAN TRASNLITERASI	xiii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teori.....	15

1. Peluang Usaha	15
2. Kreativitas.....	32
3. Buket	33
C. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Pengabsahan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data	42
G. Sistematika Penulisan.....	44
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya.....	45
2. Visi Misi Kota Palangka Raya.....	47
3. Perekonomian Kota Palangka Raya.....	49
4. Usaha Buket di Kota Palangka Raya.....	49
B. Penyajian Data.....	56
1. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Jenis Produk/Jasa..	
57	
2. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Minat dan Daya Beli	
Konsumen.....	79

3. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Analisis SWOT	87
C. Analisis Data.....	92
1. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Jenis Produk/Jasa..	92
2. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Minat dan Daya Beli Konsumen.....	100
3. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Analisis SWOT..	104
BAB V PENUTUP	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN	

IAIN
PALANGKARAYA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Subjek dan Informan Penelitian	49
Tabel 4.2 Jenis dan Harga Buket Fleur.Id	51
Tabel 4.3 Jenis dan Harga Buket Broensis	53
Tabel 4.4 Jenis dan Harga Buket Balloons.Pky	54
Tabel 4.5 Jenis dan Harga Buket Skr.Flowproject	56
Tabel 4.6 Faktor Internal	109
Tabel 4.7 Faktor Eksternal	109
Tabel 4.8 Matriks SWOT	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha-pengusaha baru, semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat pula. Perkembangan dan kemajuan zaman saat ini berkaitan erat dengan semakin berkembangnya dunia bisnis, pasar menjadi luas dan peluang pun ada di mana-mana, namun sebaliknya dengan semakin maraknya pengusaha yang ada sekarang ini semakin ketat pula persaingan yang ada. Kondisi ini memicu agar seorang pengusaha mampu menciptakan suatu produk yang bernilai unggul dan kompetitif untuk usaha bisnisnya serta melakukan *research product* dengan kreatifitas dan inovasi agar mampu bersaing di dalam persaingan dunis usaha.

Kemampuan melihat peluang adalah modal dalam memunculkan ide awal untuk kewirausahaan. Tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya, begitu juga dengan kemampuan melihat peluang tidaklah sama pada setiap orang. Seseorang yang telah mengenal potensi diri yang dimilikinya lebih cenderung memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.¹ Peluang usaha adalah kesempatan yang tepat yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan bagi pelaku usaha untuk

¹Made Dharmawati, D. Hajjah, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, hlm. 135.

mendapatkan keuntungan, tidak semua orang dapat melihat peluang usaha dan yang sudah melihatnya juga belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut.²

Dunia usaha telah berkembang pesat dari tahun ke tahun daya saing semakin tinggi, hal ini dipicu oleh semakin berkembangnya kebutuhan akan barang dan jasa. Setiap pelaku usaha bersaing untuk menghasilkan produk terbaru dan terbaik untuk konsumen, oleh karena itu pelaku usaha haruslah mampu berfikir kreatif dan inovatif agar usahanya berkembang. Era globalisasi saat ini masyarakat dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman, dituntut untuk berinovasi dan lebih kreatif untuk memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini banyak bermunculan produk barang dan jasa yang unik dan menarik dengan kelebihan masing-masing sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa tersebut, tidak terkecuali terhadap kebutuhan akan buket.

Buket pada mulanya dikenal dengan karangan bunga, buket biasanya diberikan sebagai hadiah untuk orang-orang tercinta baik teman, sahabat, dan keluarga di hari-hari spesial seperti wisuda, ulang tahun, *anniversary* dan lain-lain. Namun dalam perkembangannya buket tidak selalu berisi karangan bunga, saat ini buket berisikan benda-benda yang bervariasi ditata dengan rapi dan dibalut dengan berbagai kain ataupun kertas sehingga keestetikannya terlihat. Bagi masyarakat di kota Palangka Raya baik masyarakat umum ataupun mahasiswa buket sudah tidak lagi menjadi hal yang asing didengar, dengan

²Maryati, *Modul pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*, Cirebon: Syntax Computama, 2020, hlm.22

banyaknya kampus dan acara-acara yang sering diadakan oleh masyarakat baik acara formal ataupun non formal, buket menjadi pilihan yang biasa dijadikan sebagai hadiah seperti hadiah seminar proposal, sidang skripsi, wisuda, ulang tahun, *anniversary* dan lain-lain hal ini dikarenakan buket memiliki desain yang unik-unik dengan harga yang bervariasi pula dari yang murah hingga yang mahal sekalipun.

Potensi pasar dari buket itu sendiri masih cukup besar dikarenakan bentuk buket tidak hanya terpatok dengan beberapa bentuk namun setiap pelaku usaha mempunyai kreativitas masing-masing sehingga menimbulkan bentuk dari buket itu sendiri bervariasi. Hal ini pula yang membuat usaha buket diminati oleh masyarakat luas karena selain bentuk yang bervariasi harganya pun bervariasi dari yang murah hingga yang mahal seperti buket bunga kering bagi mereka yang suka dengan nuansa estetik, buket *snack* dapat menjadi pilihan hadiah untuk mereka yang suka cemilan ataupun mereka yang mempunyai *budget* terbatas namun adapula buket *snack* dengan harga yang lumayan mahal jika isian buketnya seperti coklat dan sejenisnya, buket hijab menjadi pilihan tepat bagi mereka yang ingin menghadiahkan sesuatu yang dapat dipakai/digunakan sehari-hari bahkan adapula buket uang yang mana dengan nominal yang bervariasi yang tentunya dapat digunakan dan dibelanjakan kembali, dan masih banyak lagi bentuk dari buket kreatif sebab pelaku usaha selalu berkreasi untuk menciptakan sesuatu yang berbeda yang tentunya menyesuaikan dengan selera pasar yang mereka targetkan.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada beberapa pelaku usaha buket kreatif mereka mengakui bahwa dalam sebulan mampu meraup omzet sampai puluhan juta rupiah hal ini tentu membuat kita menyadari bahwa usaha buket kreatif merupakan usaha yang dapat menjadi pilihan baik sebagai usaha utama ataupun sebagai usaha sampingan untuk mendapatkan tambahan pendapatan yang dapat dilakukan oleh siapa saja baik itu ibu rumah tangga, mahasiswa atau siapapun yang berkeinginan untuk memulai usaha dengan modal minim. Pada wawancara dengan salah satu pemilik usaha buket diketahui bahwa modal awal mereka memulai usaha hanya Rp 300.000 bahkan ada yang mengakui bahwa modal awal memulai usaha hanya Rp 100.000, hal ini tentunya membuat siapa saja dapat memulai usaha buket kreatif dengan modal minim yang mereka miliki tanpa harus takut terkendala modal besar.³

Melihat fenomena di atas maka peluang usaha dari buket itu sendiri seharusnya terbilang besar. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya melalui penelitian yang berjudul “Peluang Usaha Buket Kreatif di Kota Palangka Raya”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

³Observasi awal peneliti dengan pelaku usaha buket pada 3 November 2021 pukul 10:00

1. Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan jenis produk/jasa?
2. Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan minat dan daya beli konsumen?
3. Bagaimana peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan Analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini untuk:

1. Untuk mengetahui peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan jenis produk/jasa?
2. Untuk mengetahui peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan minat dan daya beli konsumen?
3. Untuk mengetahui peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya berdasarkan Analisis SWOT?

D. Manfaat Penelitian

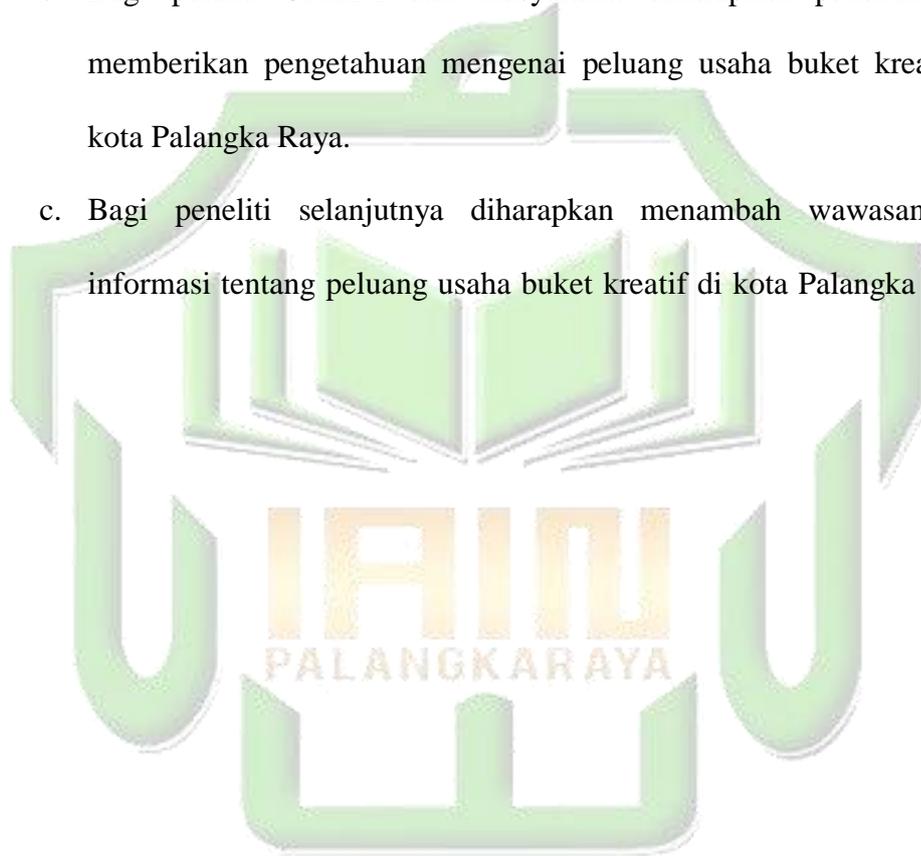
Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis:
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan juga menjadi referensi bagi kalangan akademis dan non akademis khususnya dibidang perekonomian.

- b. Sebagai bahan bacaan atau pertimbangan khususnya mengenai peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya.

2. Secara Praktis:

- a. Bagi kampus IAIN Palangka Raya diharapkan penelitian ini bisa digunakan sebagai tambahan literatur bacaan bagi mahasiswa.
- b. Bagi pelaku UMKM dan masyarakat diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah wawasan dan informasi tentang peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada studi literatur ini, peneliti mencantumkan 5 penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh peneliti, serta untuk melihat persamaan dan perbedaan. Penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian ini adalah:

Nita Oktaviana (2017) dengan judul penelitian *Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya*.⁴ Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran bisnis angkringan di kota Palangka Raya dalam meningkatkan pangsa pasar, kelayakan bisnis angkringan, dan peluang bisnis angkringan di Kota Palangka Raya. Fokus penelitian ini mengetahui dan mendiskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan pangsa pasar, kelayakan bisnis dan peluang bisnis angkringan di kota Palangka Raya.

Hasil penelitian di atas yaitu strategi pemasaran bisnis angkringan di kota Palangka Raya untuk meningkatkan pangsa pasar ialah melalui tahapan segmentasi pasar, penetapan posisi pasar, dan bauran pemasaran, dari tahapan tersebut diketahui pendekatan yang dilakukan untuk meningkatkan pangsa

⁴Nita Oktaviana, *Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya*, skripsi, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017.

pasar yaitu dengan memilih lokasi yang strategis, tidak ada batasan bagi semua



kalangan menjadi konsumennya, menu makanan yang disediakan aman dikonsumsi, memberikan pelayanan sebaik mungkin, tempat yang bersih, harga yang terjangkau, dan promosi melalui banner, sosial media dan mulut kemulut (*word of mouth*). Peluang bisnis angkringan di kota Palangka Raya memiliki prospek yang baik untuk kedepannya. Dihubungkan pada analisis SWOT, maka pembisnis mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), dengan demikian menjadi motivasi bagi masyarakat mengingat pelaku usaha di bidang ini belum terlalu banyak khususnya di kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya. Kelayakan bisnis angkringan di kota Palangka Raya dilihat dari aspek pasar dan pemasaran bisnis angkringan layak untuk dijalankan karena memiliki potensi pasar dan peluang untuk memasarkan produknya hal ini dilihat dari jumlah konsumen potensial yang dimiliki bisnis tersebut. Sedangkan aspek ekonomi, sosial dan budaya dapat dikatakan layak karena sudah memberikan manfaat bagi pemilik dan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Nita Oktaviana tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu berfokus pada peluang usaha di Kota Palangka Raya dan menggunakan teori analisis SWOT.

A. Mila Kurniati (2017) dengan judul penelitian Analisis Peluang Usaha Komoditas Hortikultura Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.⁵ Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana peluang usaha komoditas hortikultura dalam upaya

⁵A. Mila Kurniati, *Analisis Peluang Usaha Komoditas Hortikultura Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*, skripsi, Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.

peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar, dan bagaimana peluang usaha komoditas hortikultura dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. Fokus penelitian ini Untuk mengetahui strategi pengembangan komoditas hortikultura dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar, dan untuk mengidentifikasi peluang usaha komoditas hortikultura dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

Hasil penelitian di atas yaitu kecamatan Panakkukang memiliki potensi untuk mengembangkan peluang usaha komoditas hortikultura dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari aksesibilitas Kecamatan Panakkukang yang cukup baik, baik bagi pembeli dan pedagang, maupun bagi pedagang dengan petani, yang merupakan produsen buah-buahan. Meskipun berpotensi untuk dikembangkan, peluang usaha komoditas hortikultura di Kecamatan Panakkukang tentunya memiliki beberapa hambatan dan ancaman. Oleh karenanya, strategi yang sebaiknya diterapkan untuk mengembangkan peluang usaha ini antara lain mempertahankan kualitas buah-buahan, memfasilitas pedagang buah-buahan agar tempat lebih memadai, memperluas jaringan dalam berdagang, membangun kepercayaan masyarakat terhadap pentingnya mengkonsumsi buah-buahan, menjaga hubungan baik dengan pedagang buah lainnya, dan yang menjalin kerjasama yang baik dengan distributor buah-buahan Penelitian yang dilakukan oleh A. Mila Kurniati tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu berfokus

pada peluang usaha dalam upaya peningkatan pendapatan serta teori analisis SWOT yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif.

Muhammad Wahyuni (2019) *Peluang Usaha Pizza Buah di Kota Palangka Raya*.⁶ Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha pizza buah di kota Palangka Raya, serta bagaimana peluang usaha pizza buah di Kota Palangka Raya. Fokus penelitian ini untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh usaha pizza buah di kota Palangka Raya serta mengetahui seberapa besar peluang usaha pizza buah di kota Palangka Raya.

Hasil penelitian di atas yaitu usaha pizza buah menggunakan inovasi produk yang telah ada dengan menggunakan buah-buahan sebagai isian untuk menarik konsumen dan menyediakan apa yang diinginkan oleh masyarakat Palangka Raya dengan produk unik, enak dan harganya yang terjangkau. Peluang usaha pizza buah di kota Palangka Raya memiliki prospek yang baik dengan respon baik untuk kedepannya. Kekuatan Pizza buah yaitu memiliki rasa yang khas serta menu makanan yang cukup banyak dan unik, memiliki sistem informasi yang baik sehingga konsumen dapat mengorder secara online dan juga harganya yang terjangkau. Disisi lain usaha pizza buah memiliki kelemahan yaitu dari sisi manajerial karena usaha pizza buah ini hanya dijalankan oleh seluruh keluarga Mas Taufik, inovasi dalam mengatasi persaingan masih kurang dan tempat parkir di setiap tempat usaha pizza buah masih minim. Untuk segi peluang yakni meningkatnya gaya hidup beberapa

⁶Muhammad Wahyuni, *Peluang Usaha Pizza Buah di Kota Palangka Raya*, skripsi, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2019.

konsumen akan makanan, inovasi yang baru dari produk yang telah ada dan pesaing usaha pizza buah di kota Palangka Raya masih sedikit. Untuk disegi ancamannya yaitu kenaikan bahan baku yang akan mempengaruhi penentuan serta kompetitor yang memiliki produk yang sama dan banyak konsumen yang mulai bosan. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Wahyuni tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu berfokus pada peluang usaha yang ada di Kota Palangka Raya dan teori analisis SWOT sebagai rumusan perencanaan strategis dengan menggunakan metode kualitatif.

Dodi Handoyo (2019) *Potensi Dan Peluang Usaha Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sei Buluh Kabupaten Serdang Bedagai)*.⁷ Bagaimana peluang usaha tani dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Sei Buluh serta bagaimana strategi pengembangan usaha tani dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Sei Buluh. Fokus penelitian ini untuk mengetahui peluang usaha tani dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Sei Buluh serta strategi pengembangan usaha tani dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat.

Hasil penelitian di atas yaitu Desa Sei Buluh memiliki potensi untuk mengembangkan peluang usaha tani komoditas padi dan lainnya dalam upaya pemberdayaan lahan pertanian sewaktu menunggu masa tanam padi baru dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat. Aksebilitas desa yang cukup baik, baik bagi petani dan pemasok serta kondisi alam yang

⁷Dodi Handoyo, *Potensi dan Peluang Usaha Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sei Buluh Kabupaten Serdang Bedagai)*, Skripsi, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.

mendukung. Dari analisis SWOT strategi yang dapat digunakan dalam meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan kesuburan lahan dengan tanaman lain saat pasca panen tanaman baru, mengoptimalkan dukungan kelompok tani yang memberikan bibit unggul kepada petani, memanfaatkan sumber daya alam yang mendukung agar meminimalisir pembiayaan produksi, menggunakan pengalaman sebagai mencegah hama dan penyakit, mengoptimalkan sistem pengelolaan tanam terpadu bagi petani yang beralih komoditi dengan lahan yang subur, penguatan kebijakan pangan daerah berpihak kepada petani, melakukan diversifikasi usaha, penguatan usaha tani memanfaatkan keadaan alam, mengoptimalkan dukungan kelompok tani dalam menggunakan teknologi yang saling bersinergi, insiatif pinjaman modal guna meningkatkan ketersediaan tenaga kerja, memanfaatkan teknologi dalam menggunakan sistem tanam padi jajar legowo pada sistem pengelolaan tanaman terpadu untuk menanggulangi serangan hama dan penyakit, meningkatkan Kualitas SDM dengan menjalankan sistem pengelolaan tanaman terpadu, mengupayakan akses bantuan pembiayaan dari pemerintah. Penelitian yang dilakukan oleh Dodi Handoyo tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu berfokus pada peluang usaha dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat dengan menggunakan teori analisis SWOT untuk merumuskan perencanaan strategis.

Mustafa (2020) Analisis Peluang Usaha Burung Walet di Kecamatan Tikke Raya Kabupaten Pasangkayu.⁸ Permasalahan dan fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peluang usaha burung walet di Kecamatan Tikke Raya Kabupaten Pasangkayu. Hasil penelitian ini yaitu Peluang usaha burung walet di kecamatan Tikke Raya sangat besar sekali karena kecamatan Tikke Raya merupakan salah satu habitat dari burung walet. Semakin hari semakin banyak perkembangannya, masyarakat sudah banyak melakoni usaha ini, serta omset penjualan sarang walet di Tikke Raya mengalami kenaikan. Penelitian yang dilakukan oleh Mustafa tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti yaitu berfokus pada peluang usaha yang dapat dimanfaatkan untuk menambah pendapatan.

Penelitian terdahulu dimaksudkan agar penelitian yang peneliti lakukan bisa mempunyai hasil yang maksimal dengan melihat dari penelitian terdahulu sebagai acuan dengan topik yang berhubungan, dengan adanya penelitian terdahulu peneliti bisa mengetahui mengenai plagiasi dan memacu untuk memperoleh solusi yang baru dan original. Berikut perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti.

Tabel 2.1

⁸Mustafa, *Analisis Peluang Usaha Burung Walet di Kecamatan Tikke Raya Kabupaten Pasangkayu*, skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.

Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Nita Oktaviana (2017) “Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya”.	Meneliti tentang peluang usaha di Kota Palangka Raya dan menggunakan metode kualitatif.	Penelitian Nita Oktaviana tentang Bisnis angkringan sedangkan yang peneliti teliti tentang buket kreatif.
2	A. Mila Kurniati (2017) “Analisis Peluang Usaha Komoditas Holtikultura dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar”.	Meneliti tentang peluang usaha dalam upaya meningkatkan pendapatan dan menggunakan metode kualitatif.	Lokasi penelitian serta subjek yang diteliti.
3	Muhammad Wahyuni (2019) “Peluang usaha Pizza Buah di Kota Palangka Raya”.	Meneliti tentang peluang usaha di kota Palangka Raya dan menggunakan metode kualitatif.	Subjek yang diteliti oleh Muhammad wahyuni Pizza Buah sedangkan yang peneliti teliti buket kreatif.
4	Dodi Handoyo (2019) “Potensi Dan Peluang Usaha Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sei Buluh Kabupaten Serdang Bedagai)”.	Meneliti tentang peluang usaha dan menggunakan metode kualitatif.	Subjek yang diteliti Dodi Handoyo tentang usaha tani untuk meningkatkan pendapatan sedangkan yang peneliti teliti tentang usaha buket kreatif dan perbedaan tempat penelitian.
5	Mustafa (2020) “Analisis Peluang Usaha Burung Walet di Kecamatan Tikke Raya Kabupaten Pasangkayu”.	Meneliti tentang peluang usaha dan menggunakan metode kualitatif.	Lokasi penelitian serta subjek yang diteliti oleh peneliti.

Sumber: dibuat oleh peneliti 2021

B. Kajian Teori

1. Peluang Usaha

Peluang usaha adalah kesempatan yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan. Pengertian peluang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu kesempatan. Sedangkan usaha yaitu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud.⁹ Menurut Thomas W. Zimmerer peluang usaha merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari.¹⁰

Usaha yaitu memfungsikan potensi diri untuk berusaha secara maksimal yang dilakukan manusia, baik lewat gerak anggota tubuh ataupun untuk menambah kekayaan, baik dilakukan secara perseorangan ataupun secara kolektif, baik untuk pribadi ataupun untuk orang lain.¹¹ Ada banyak ayat di dalam al-Qur'an yang mengupas tentang kewajiban manusia untuk bekerja sebagai usaha untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, diantaranya yaitu QS. At-Taubah ayat 105 dan An-Nisa ayat 29 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

"Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang

⁹Kbbi.web.id, diakses pada 02-09-2021 pukul 10:28

¹⁰Maryati, *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*, Syntax Computama, 2020, hlm.23.

¹¹Dodi Handoyo, *Potensi dan Peluang Usaha Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sei Buluh Kabupaten Serdang Bedagai....* hlm.8.

gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (QS. At-Taubah 9: Ayat 105)¹²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيِّنَاتٍ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)¹³

Ayat diatas menjelaskan bahwa sebagai khalifah di muka bumi manusia diwajibkan untuk selalu berusaha guna memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara-cara yang telah dibenarkan dan melarang untuk memakan hak orang lain dengan jalan yang batil, sebab semua aktivitas yang dilakukan akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak.

Islam memberikan kebebasan untuk melakukan suatu usaha namun, dalam Islam juga beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang akan menjalankan suatu usaha ataupun pelaku usaha yang sedang menjalankan usahanya yaitu :¹⁴

- a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
- b. Rezeki yang dicari haruslah halal.

¹²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Bandung: Cordoba, 2020, hlm. 203

¹³*Ibid*, hlm.83

¹⁴Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 2014.

- c. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
- d. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- e. Usaha (bisnis) yang akan ataupun yang sedang dijalankan jangan sampai merusak lingkungan hidup.
- f. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara *fair* dan sehat (*fastabiqul khairat*).
- g. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya.

Pesatnya perkembangan dunia usaha dari tahun ke tahun membuat persaingan usaha juga semakin tinggi hal ini juga dipacu oleh semakin berkembangnya kebutuhan akan barang dan jasa. Setiap pelaku usaha bersaing untuk menghasilkan produk terbaru dan terbaik sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya agar tetap berkembang dan lebih maju.

Untuk dapat mengubah peluang menjadi sebuah peluang emas pelaku usaha harus menganalisis peluang tersebut, sejauh mana tingkat keberhasilannya dipasar tergantung pada penggabungan empat hal, yaitu persaingan, pesaing, perubahan arah persaingan dan kebutuhan persaingan. Adapun ciri-ciri usaha potensial yaitu : ¹⁵

- a. Usaha yang dibangun adalah usaha yang potensial atau memiliki nilai jual yang tinggi.

¹⁵*Ibid*, hlm10.

- b. Tidak menjadikan usaha itu hanya sebagai ambisi pribadi semata tetapi sifatnya nyata.
- c. Bisnis itu mempunyai waktu bertahan yang lama di pasar.
- d. Tidak menghabiskan modal karena investasi yang terlalu besar.
- e. Tidak bersifat momentum (kejadian sesaat) atau bersifat musiman.
- f. Bisa ditingkatkan skalanya menjadi skala industri.

Sebelum memulai usaha seorang pelaku usaha haruslah memperhatikan beberapa hal jika ingin memiliki bisnis yang potensial, mengetahui ciri-ciri sebuah peluang yang mendasari sebuah bisnis yang baik, ciri-ciri peluang bisnis yaitu :

- a. Peluang itu harus bisa mengantisipasi perubahan persaingan dan kebutuhan dimasa yang akan datang dapat ditingkatkan nilai jualnya serta bisa di inovasi.
- b. Bersifat ide yang kreatif dan inovatif.
- c. Yakin bisa mewujudkannya dan sukses untuk menjalaninya.
- d. Sesuai dengan minat atau dengan pengetahuan, keahlian, dan sifat agar peluang itu dapat bertahan lebih lama.
- e. Tingkat visibilitas (kelayakan usaha) benar-benar teruji.

Analisis peluang usaha terbagi menjadi tiga yaitu analisis peluang usaha berdasarkan jenis produk/jasa, analisis peluang usaha berdasarkan minat dan daya beli konsumen, dan analisis peluang usaha dengan analisis SWOT.¹⁶

¹⁶*Ibid*, hlm.29

a. Analisis Peluang Usaha Berdasarkan Jenis Produk/jasa

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis peluang usaha berdasarkan jenis produk/jasa yaitu:

- 1) Minat seseorang, misalnya berminat dalam dunia perdagangan, jasa ataupun bidang lainnya.
- 2) Modal, apakah ada ketersediaan modal awal baik dalam bentuk uang ataupun barang.
- 3) Relasi, apakah ada keluarga ataupun teman yang sudah terlebih dahulu menekuni usaha sejenis.

Selain hal-hal yang telah disebutkan di atas ada beberapa hal yang juga harus dipertimbangkan yaitu pengaruh lingkungan sekitar, banyak sedikitnya permintaan masyarakat terhadap jenis usaha yang kita pilih, kecocokan antara kebutuhan masyarakat dengan jenis usaha yang akan ditekuni, banyak sedikitnya pesaing, serta adanya kemampuan bertahan dalam persaingan usaha itu sendiri.

1) Produk

Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Secara umum produk adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi, baik barang maupun jasa yang dapat diperjual

belikan.¹⁷ Jadi, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Produk dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, baik berdasarkan wujud dan daya tahannya ataupun berdasarkan konsumennya dan produk apa yang dikonsumsi. Menurut Philip Kotler ada empat jenis produk yaitu:

a) Produk Konsumsi

Produk konsumsi adalah semua produk yang digunakan oleh konsumen tingkat akhir (*end user*) atau dapat diartikan produk tersebut tidak dijual kembali tetapi digunakan langsung oleh konsumen. Produk konsumsi dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yaitu produk kebutuhan sehari-hari (*convenience goods*) seperti makanan, minuman dan lain-lain, produk belanjaan (*shopping goods*) seperti televisi, laptop dan lain-lain, produk khusus (*special goods*) seperti perhiasan dan mobil mewah, dan *unsought goods* yaitu produk yang tidak diketahui konsumen dan bahkan jika diketahui oleh konsumen belum tentu tertarik untuk membelinya seperti peti mati, batu nisan dan lain lain.¹⁸

¹⁷Rita Ambarwati dan Supardi, *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*, Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2020, hlm. 312

¹⁸*Ibid*, hlm. 314

b) Produk Industri

Produk industri adalah semua produk yang dibeli oleh produsen yang digunakan sebagai bahan baku untuk proses produksi sehingga menghasilkan produk baru. Produk industri dapat dikelompokkan menjadi beberapa produk yaitu bahan baku dan suku cadang (*materials and parts*) seperti kayu, dan komponen kendaraan. Barang modal (*capital items*) seperti mesin produksi dan pabrik, perlengkapan dan layanan bisnis (*supplies and services*) seperti periklanan dan alat tulis kantor.¹⁹

c) Produk Berdasarkan Wujud

Produk dapat diklasifikasikan berdasarkan wujudnya yaitu barang dan jasa. Barang adalah semua produk yang wujudnya fisik contohnya makanan, minuman, aksesoris dan lain sebagainya. Sedangkan jasa adalah semua aktivitas yang memberikan manfaat dan kepuasan kepada konsumen contohnya jasa *make up*, jasa konsultasi dan lain sebagainya.²⁰

d) Produk Berdasarkan Daya Tahan

Produk juga dapat diklasifikasikan berdasarkan daya tahannya, dalam hal ini produk dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu barang yang tidak tahan lama (*non-durable goods*)

¹⁹ *Ibid*, hlm. 315

²⁰ *Ibid*

seperti pasta gigi dan sabun. Barang tahan lama (*durable goods*) seperti televisi dan kulkas.²¹

Ada beberapa kriteria dalam penciptaan produk yaitu :

- a) Harus seimbang antara permintaan pasar dengan produk yang sesuai dengan lingkungan dan standar sosial serta memenuhi standar yang telah dibuat oleh pemerintah.
- b) Produk harus cocok dengan keuangan pasar dan daya beli.
- c) Produk tidak boleh memiliki persoalan hukum.
- d) Pencitraan produk harus dilakukan dengan baik.²²

Ada 6 dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas produk yaitu :

- a) Kinerja (*performance*), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b) Daya tahan (*durability*), yang berarti berapa lama produk mampu bertahan.
- c) Fitur (*features*), ialah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk.
- d) Realibilitas (*realibility*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- e) Estetika (*esthetics*), merupakan penampilan produk.

²¹ *Ibid*, hlm. 316

²² *Ibid*, hlm. 252

- f) Kesan kualitas (*perceived quality*), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran tidak langsung.²³

2) Jasa

Menurut Lovelock jasa merupakan layanan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain. Proses tersebut tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud dan biasanya tidak menyebabkan kepemilikan dari salah satu faktor produksi. Menurut Djaslim Saladin jasa merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain dan pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya juga tidak dikaitkan dengan produk fisik.²⁴ Jadi, jasa merupakan layanan yang ditawarkan untuk diambil manfaatnya oleh dari satu pihak ke pihak yang lain. Menurut Tjiptono ada lima faktor penentu kualitas jasa yaitu:

- a) Berwujud (*tangible*), berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat.
- b) Empati (*emphaty*), yaitu kesediaan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.
- c) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap.

²³Amrullah dkk, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol.13, 2016, hlm. 103

²⁴Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran jasa*, Yogyakarta: Deepublish, 2019, hlm.9

- d) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan layanan yang konsisten, akurat dan memuaskan.
- e) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kompetensi, dan sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya, dan resiko.²⁵

b. Analisis Peluang Usaha Berdasarkan Minat dan Daya Beli Konsumen

Untuk mengetahui besar kecilnya minat masyarakat terhadap usaha yang akan dijalankan maka perlu dilakukannya observasi dengan melakukan pengamatan langsung ke pasar ataupun target lokasi yang diinginkan, melakukan wawancara, ataupun memberikan angket untuk diisi oleh calon konsumen.

Selain itu penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan daya beli konsumen maka haruslah meneliti apakah konsumen dari kalangan atas, menengah, ataupun kalangan bawah, melakukan pengamatan dari segi usia apakah calon konsumen yang akan ditargetkan dari kalangan anak-anak, remaja, ataupun dewasa serta apakah konsumen dari daerah perkotaan atau pedesaan.

1) Minat Beli Konsumen

Menurut Sudirman minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara

²⁵Agus Supandi Soegoto dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*, Jurnal EMBA Vol.6 No.3, Manado, 2018.

situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri. Menurut Tampubolon minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.²⁶ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.²⁷ Jadi, minat adalah suatu kondisi dimana adanya kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Minat beli konsumen menurut Kotler adalah sesuatu yang timbul setelah menerima ransangan dari produk yang dilihatnya, dari sana akan timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat dimilikinya. Menurut Mc Carthy minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya.²⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa minat beli ialah dorongan dalam diri seseorang untuk membeli suatu produk/jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan ataupun keinginannya.

Minat dibagi menjadi dua kategori yaitu:

a) Minat personal/minat bawaan

Minat personal atau minat bawaan adalah minat seseorang dimana tanpa di dorong atau dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

²⁶ Trygu, *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*, Bandung, Guepedia, 2021, hlm. 21

²⁷ Kbbi.web.id, diakses pada 17-02-2022 pukul 16:49

²⁸ Satria Adhi Wicaksono, *Pengaruh merek dan desain terhadap Minat Beli Konsumen*, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2015, hlm. 13

b) Minat situasional/minat yang dipengaruhi oleh lingkungan

Minat situasional adalah minat yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi atau minat yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.²⁹

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ialah :

- a) Perbedaan pekerjaan.
- b) Perbedaan sosial ekonomi.
- c) Perbedaan hobi dan kegemaran.
- d) Perbedaan jenis kelamin.
- e) Perbedaan usia.

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator berikut:

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk, konsumen telah memiliki niat untuk melakukan pembelian suatu produk yang diinginkan.
- b) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, yakni konsumen yang telah memiliki minat pembelian akan menyarankan orang lain untuk melakukan pembelian produk yang sama.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d) Minat eksploratif, yaitu perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari

²⁹Trygu, *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa.....*hlm. 29

informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang diinginkan.³⁰

2) Daya Beli Konsumen

Daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu, dan dalam periode tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli ada empat yaitu pendapatan, harga, kualitas produk, dan lokasi.³¹

a) Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dihasilkan seseorang dalam periode tertentu.³² Tingkat pendapatan mempengaruhi daya beli masyarakat, makin tinggi pendapatan seseorang maka makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhinya.³³

b) Harga

³⁰Satria Adhi Wicaksono, Pengaruh merek dan desain terhadap Minat Beli Konsumen...hlm.15

³¹Fery Hernaningsih, *Pengaruh Kestabilan Inflasi dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat*, Jurnal M-progress, Universitas Muhammad Husni Thamrin, Jakarta, 2018, hlm. 133

³²Ridwan, *Tingkat Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalani Kerukunan Umat Beragama*, Sumatera Barat, 2021, hlm. 1

³³S.T Musyawirah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli di Masyarakat di Pasar Senggol Kota Makassar*, Skripsi, Universitas Islam negeri Makassar, 2016, hlm. 23

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) harga ialah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang.³⁴ Harga merupakan salah satu penentu konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Jika harga naik maka daya beli konsumen cenderung menurun dan sebaliknya.³⁵

c) Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, keandalan, kekuatan, kemudahan dan ciri-ciri lainnya. Ketika seseorang membutuhkan suatu produk terlebih dahulu membayangkan manfaat produk, setelah itu mempertimbangkan faktor-faktor lain di luar manfaat, hal itulah yang membuat konsumen mengambil keputusan membeli atau tidak.³⁶

d) Lokasi

Lokasi ialah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha ialah letak lokasi terhadap daerah, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada dikarenakan lokasi yang strategis akan memudahkan

³⁴Kbbi.web.id, diakses pada 18-02-2022 pukul 08:59

³⁵S.T Musyawirah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli di Masyarakat di Pasar Senggol Kota Makassar*, hlm. 24

³⁶*Ibid*, hlm.29

konsumen dalam menjangkau lokasi usaha akan mempengaruhi daya belinya. Lokasi merupakan faktor penting yang juga harus diperhatikan karena juga dapat mempengaruhi daya beli faktor lokasi mencakup potensi pasar, kondisi lingkungan, kelancaran transportasi, dan sebagainya.³⁷

c. Analisis Peluang Usaha dengan Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat diartikan sebagai metode perencanaan strategis yang digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (kesempatan), dan *threat* (peluang), dalam suatu usaha.³⁸ Analisis SWOT merupakan bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi/bisnis. Rangkuti mengemukakan bahwa proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahapan yakni tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan.³⁹ Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan untuk penilain mengenai kondisi saat ini dan gambaran kedepan yang dapat mempengaruhi proses pencapaian tujuan.⁴⁰

³⁷*Ibid*, hlm.32

³⁸Hasna Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2019, hlm. 6

³⁹Syamruddin, *Analisis Peluang dan Tantangan serta Prospek Bisnis PT Citra Karsa Integritas Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran*, Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora, Vol. 1, No. 2, 2018, hlm.493.

⁴⁰Istiqomah dan Irsyad Andriyanto, *Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, vol.5 No.2, 2017. hlm. 370

1) *Strength* (kekuatan)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.

2) *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan merupakan keterbatasan/kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya yang dapat menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

3) *Oppurtunity* (kesempatan/peluang)

Kesempatan/peluang merupakan situasi yang menguntungkan dalam suatu perusahaan, perubahan teknologi, perubahan regulasi dan lain sebagainya dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4) *Threat* (ancaman)

Ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan dalam suatu perusahaan/bisnis.⁴¹

Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT didahului dengan indentifikasi posisi perusahaan/institusi melalui faktor internal dan eksternal.

⁴¹Sedarmayanti, *Manajemen Strategis*, Bandung: PT Refika Aditama, 2016, hlm. 110.

1) Faktor internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength and weakness* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decison making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunity and threat* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environtment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environtment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.⁴²

2. Kreativitas

Pengertian kreativitas menurut Munandar yaitu dapat dipahami dengan sifat pribadi seorang individu yang tercermin dari kemampuannya untuk menciptakan sesuatu yang baru. Kreativitas menurut Rhodes yang dikutip Bararoallo kreativitas didefinisikan berdasarkan konsep 4P yakni

⁴²Tri Budiman, *Analisis SWOT pada Usaha Kecil dan Menengah*, skripsi, Lampung: Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, 2017, hlm. 16

person, process, press, product artinya melibatkan diri dalam proses kreatif dengan dorongan dan dukungan dari lingkungan sehingga mampu menciptakan produk yang tergolong kreatif.⁴³ Kreativitas di dalam *Webster's Dictionary* berkaitan dengan kemampuan atau kekuatan untuk meng-*create* lalu menjadikannya *exis* berbentuk dan baru. Sifat kebaruan diartikan sebagai kombinasi dari yang sudah ada sebelumnya kemudian diubah komposisinya, dicampur, dan digabungkan dengan menjadi sesuai dengan yang diinginkan. Kreativitas tidak selalu harus baru tetapi kreativitas juga bisa meniru ide lama dengan *package* baru atau menerapkan ide lama di tempat yang baru. Rollo May mengaitkan kreativitas dengan komitmen dan *passion*, menurutnya seseorang yang berkomitmen dan mengembangkan *passion* memiliki sifat kreatif. Dapat dikatakan bahwa kreativitas tidak terikat dengan waktu, selama mempunyai komitmen dan *passion* untuk mengembangkan diri maka seseorang tersebut akan menjadi kreatif, kreativitas juga tidak terbatas pada usia setiap orang mempunyai kemampuan kreatif.⁴⁴ Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kreativitas merupakan usaha untuk menghasilkan sesuatu yang baru dengan adanya dorongan dan tidak terikat oleh waktu.

Rogers menjelaskan kreativitas akan terbangun jika mempunyai tiga kondisi yaitu keterbukaan terhadap pengalaman, kemampuan untuk membaca situasi, dan kemampuan untuk berinovasi. Jika tiga hal ini telah

⁴³Frans Bararuallo, *Pengantar Bisnis*.....hlm. 153

⁴⁴Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*, Jakarta: Unika Atma Jaya, 2019, hlm.4

dimiliki oleh seseorang maka kreaitvas juga akan dipengaruhi oleh lingkungan, lingkungan yang mendukung akan menghasilkan daya kreatif hal ini dapat diartikan bahwa kreativitas mempunyai dua faktor pendukung yaitu faktor internal dan eksternal.⁴⁵

3. Buket

Buket dalam KBBI adalah karangan bunga.⁴⁶ Kata buket berasal dari kata *bouquet* yang berarti karangan bunga. Kebiasaan membuat rangkaian buket bunga sudah lama dilakukan secara turun menurun di berbagai belahan dunia, telah banyak ditemukan bukti-bukti peninggalan bersejarah berupa barang-barang kuno seperti vas bunga atau gambar simbol vas bunga dari zaman Mesir kuno. Sejarah mencatat, bukti tertua tentang penggunaan seikat bunga dalam peradaban manusia adalah tahun 1540 Sebelum Masehi. Bukti ini terdapat pada sejumlah makam kuno yang ditemukan juga sejumlah rangkaian bunga berwarna warni. Sedangkan di Yunani kuno, sebuah buket berisi bunga menjadi tradisi, yaitu memberikan buket bunga kepada kaum wanita sebagai bentuk apresiasi terhadap kecantikannya. Bahkan, pada momen-momen khusus, kaum wanita Yunani kuno menghiasi rambut mereka dengan mahkota bunga.

Pada masa kekaisaran Roma karangan bunga merupakan sebuah kemewahan. Bunga dipakai untuk menghias ruangan yang dianggap penting. Biasanya, bunga yang kerap digunakan adalah kelopak mawar dan bunga safron. Seiring surutnya kekuasaan dan pengaruh kekaisaran

⁴⁵*Ibid*, hlm.6

⁴⁶Kbbi.web.id, diakses pada 01-12-2021 pukul 09:10

Roma, tradisi penggunaan bunga juga menurun. Memasuki abad ke 8, Kaisar Charlemagne secara bertahap mengubah pandangan publik tentang bunga. Pada masa itu, ia berkesempatan belajar tentang taman yang indah di Spanyol di sana, bunga-bunga dikenal sebagai simbol Yang Ilahi. Bahkan, pada abad ke-6 di masyarakat di wilayah yang kini bernama Jepang telah mengenal sebuah seni mengikat bunga yaitu ikebana.⁴⁷

Pada abad ke-18, di Belanda rangkaian bunga digunakan untuk menghiasi rumah-rumah para pejabat dan keluarga kaya. Kebiasaan ini juga turut menyebar di Inggris. Jenis rangkaian bunga yang populer saat itu yaitu tussie-mussie atau posy. Rangkaian bunga tussie-mussie adalah buket bunga melingkar yang membawa makna simbolis berdasarkan bahasa bunga. Bunga yang diberikan akan mewakili perasaan tertentu. Memasuki era moderen pada abad ke-20, karangan bunga semakin bervariasi bentuk dan jenisnya.⁴⁸

Pada awalnya buket dikenal dengan karangan bunga namun seiring dengan perkembangan waktu dan zaman kini buket mengalami perkembangan inovasi yang menggunakan media selain bunga seperti makanan ringan, hijab, kosmetik, dan lain sebagainya tergantung dari kreativitas seseorang merangkainya.⁴⁹ Buket memiliki harga yang bervariasi dari yang murah hingga yang mahal sekalipun.

⁴⁷<https://www.prestisa.com/sejarah-bouquet-bunga/> diakses pada 30-05-2022 pukul 07:39

⁴⁸Niken Purnamasari, <https://news.detik.com/berita/d-3485251/karangan-bunga-dari-masa-ke-masa-simbol-perasaan-hingga-spiritual>. diakses pada 30-05-2022 pukul 08:00

⁴⁹<https://www.nusabali.com>, diakses pada 01-12-2021 pukul 09:00

Buket pada awalnya lebih dikenal dengan rangkaian bunga yang sering dijadikan simbol kasih sayang kepada seseorang, namun biasanya bunga mudah layu sehingga tidak bisa disimpan dalam waktu lama, oleh karena itu banyak pelaku usaha yang membuat inovasi buket dari bahan-bahan yang tidak mudah rusak seperti kertas, pita, kain dan sebagainya. Saat ini ada banyak sekali kreasi buket diantaranya yaitu buket *snack*, buket hijab, buket *make up*, buket sayur, buket uang, buket boneka, buket lollipop, dan banyak lagi jenis buket lainnya. Untuk membuat sebuah buket seseorang harus memiliki kesabaran dan ketelitian agar mendapatkan hasil buket yang memuaskan baik untuk diri sendiri ataupun untuk konsumen.

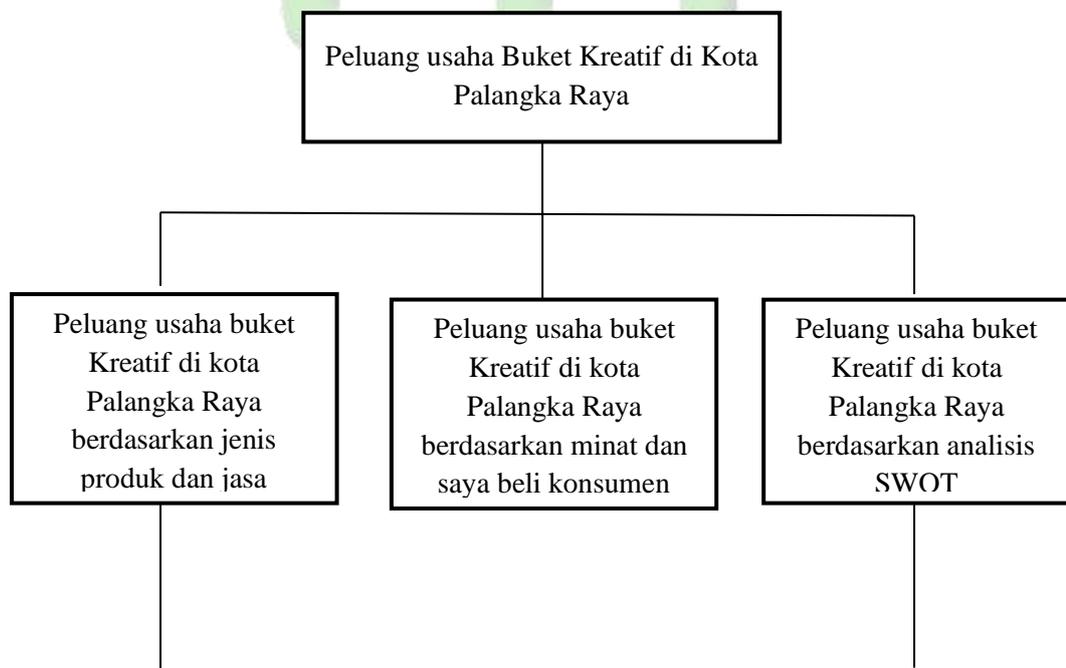
Buket dapat menjadi sumber penghasilan jika dilakukan dengan tekun dan giat, dengan bentuk yang dikreasikan berdasarkan kreativitas dari pembuat buket buket dapat di pasarkan dengan harga jual yang menguntungkan dengan memanfaatkan media sosial seseorang dapat mempromosikan usaha buketnya tidak hanya ke satu daerah namun ke daerah yang jauh sekalipun hal ini membuat buket dapat dijadikan sebagai alternatif pilihan usaha bagi mereka yang ingin memiliki penghasilan dengan modal kecil.

C. Kerangka Pikir

Palangka Raya merupakan kota yang memiliki daya tarik tersendiri khususnya untuk para siswa yang telah menamatkan pendidikan menengah mereka hal itu dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa yang

berasal dari luar daerah bahkan luar pulau. Banyaknya jumlah mahasiswa di Palangka Raya dapat dijadikan target pasar yang potensial untuk usaha buket kreatif, hal tersebut berdasarkan fenomena yang dapat kita lihat bahwa hampir disetiap acara seperti seminar proposal, sidang skripsi, wisuda dan acara lainnya selalu ada buket yang dijadikan hadiah. Selain terkenal di kalangan mahasiswa buket juga banyak dijadikan pilihan oleh masyarakat untuk hadiah ulang tahun, anniversary dan acara lainnya dikarenakan buket itu sendiri memiliki bentuk kreasi yang berbeda- beda seperti buket snack, buket hijab, buket ballon, buket *skin care*, buket boneka, dan yang sejenisnya.

Berikut adalah kerangka pemikiran peneliti.



Produk dan Jasa
Minat dan daya beli konsumen
Analisis SWOT



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pemahaman tentang fenomena dengan pendiskripsian dalam bentuk kata-kata yang disusun dengan cermat.⁵⁰

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti.. penelitian kualitatif menekankan pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena yang menghasilkan data deskriptif.⁵¹ Peneliti akan terjun secara langsung ke lapangan untuk melihat secara langsung sehingga diperoleh data yang akurat.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah selama kurang lebih 2 (dua) bulan setelah mendapat izin persetujuan untuk

⁵⁰Lexi J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2015, hlm. 6

⁵¹Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Media Publishing, 2015, hlm.28

melakukan penelitian guna untuk mengumpulkan dan mendapatkan data-data di lokasi penelitian yaitu bulan Maret – Mei.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang peneliti teliti yaitu usaha buket Fleur.id beralamat di Jl. G. Obos IX belakang alfamart, usaha buket Broensis di jalan Kecubung No.69, usaha buket Balloons.pky di jalan Halaban, dan usaha buket Skr.flowproject jalan Samudin Aman V kos putih nomor 5 B.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Nasution bahwa *purposive sampling* adalah mengambil sebagian yang terpilih menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.⁵² Peneliti mengambil sebagian pemilik usaha buket kreatif untuk dijadikan subjek penelitian berdasarkan kriteria yang telah peneliti tentukan yaitu :

- a) Usaha buket telah berjalan 1 tahun atau lebih.
- b) Omzet perbulan minimal 4 juta.
- c) Menjual minimal dua jenis buket.
- d) Bersedia untuk diwawancara.

Kriteria tersebut peneliti tentukan berdasarkan anggapan bahwa usaha tersebut sudah dapat dikatakan cukup kuat karena mampu bertahan dan berjalan selama 1 tahun atau lebih dengan omzet diatas 4 juta.

⁵²Nasution, *Metodologi Research (Penelitian Ilmiah)*, Bandung: Bumi Aksara, 2014, hlm. 98.

Berdasarkan penelusuran peneliti di media sosial instagram, peneliti menemukan ada 27 pelaku usaha buket kreatif di kota Palangka Raya namun hanya ada 4 pelaku usaha buket yang memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan yaitu :

- a) Broensis
- b) Fleur.id
- c) Balloons.pky
- d) Skr.flowproject

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menjawab masalah penelitian, diperlukan data yang akurat di lapangan. Metode yang digunakan harus sesuai dengan obyek yang akan diteliti. Dalam penelitian lapangan ini, peneliti menggunakan beberapa metode:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke tempat yang diteliti.⁵³ Dengan observasi peneliti akan lebih mampu menahami konteks data sehingga akan diperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh.⁵⁴ Peneliti akan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang berhubungan dengan

⁵³Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : jejak, 2018, hlm.125

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2017, hlm.228

usaha buket kreatif. Mengamati secara langsung serta mencatat peristiwa ataupun hal yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu, engan wawancara maka peneliti akan lebih mengetahui tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.⁵⁵ Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha buket di kota palangka Raya seputar strategi yang digunakan serta untuk mengetahui seberapa besar peluang usaha buket kreatif di Kota Palangka Raya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu yang dapat berbentuk gambar, ataupun tulisan. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara, hasil penelitian akan lebih kredibel apabila didukung dengan dokumentasi.⁵⁶ Dalam penelitian ini peneliti akan mendokumentasikan semua hal yang berkaitan dengan apa yang diteliti baik berbentuk gambar ataupun tulisan.

E. Pengabsahan Data

⁵⁵*Ibid*, hlm.231

⁵⁶*Ibid*, hlm.240

Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa antara yang diamati dan diteliti telah sesuai dan benar-benar ada serta peristiwa tersebut memang benar-benar terjadi dan dapat dipercaya. Dalam memperoleh keabsahan data tersebut peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi menurut Moleong adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi yang dipakai peneliti dalam penelitian ini triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁵⁷

Triangulasi sumber data dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan data yang didapat dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵⁸

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika untuk merumuskan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara

⁵⁷Lexi J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 330

⁵⁸*Ibid*, hlm. 178.

bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treatment*) merupakan faktor-faktor strategi perusahaan yang harus dianalisis dalam kondisi yang ada pada saat ini.⁵⁹

Analisis data diperlukan beberapa tahapan yang perlu dilakukan seperti yang diungkapkan Miles dan Hubberman bahwa teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. *Data collection*, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data display* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁶⁰

G. Sistematika Penulisan

⁵⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm.31

⁶⁰Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 69.

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk mengarah dan memperjelas secara garis besar dari masing-masing bab secara sistematis supaya tidak terjadi kesalahan dalam penyusunan. Setiap masing-masing bab menampilkan karakteristik yang berbeda namun dalam satu kesatuan yang tak terpisah. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II, Kajian Pustaka yang berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pikir.

Bab III, Metode Penelitian yang berisi waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, analisis data dan sistematika penulisan.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis Data yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, gambaran subjek dan informan penelitian, penyajian data, dan analisis data.

Bab V Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya

Sejarah pembentukan Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, Lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantara Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibu kotanya. Berlakunya Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959 dan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia tanggal 22 Desember 1959 Nomor.52/12/2-206, maka ditetapkanlah pemindahan tempat dan kedudukan Pemerintah Daerah Kalimantan Tengah ke Palangka Raya terhitung tanggal 20 Desember 1959.⁶¹

⁶¹Portal resmi Kota Palangka Raya, <https://palangkaraya.go.id/> diakses pada 18-03-2022 pukul 10:30

Secara umum Kota Palangka Raya dapat dilihat sebagai sebuah Kota yang memiliki 3 (tiga) wajah yaitu wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Kondisi ini, memberikan tantangan tersendiri bagi pemerintah Kota Palangka Raya dalam membangun Kota Palangka Raya. Kondisi ini semakin menantang lagi bila mengingat luas Kota Palangka Raya yang berada pada urutan ke-3 di Indonesia yaitu 2.853,52 Km². Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30' - 114°07' Bujur Timur dan 1°35' - 2°24' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya terdiri atas 5 (lima) wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Pahandut dengan luas 119,37 Km², Sebangau dengan luas 641,51 Km², Jekan Raya dengan luas 387,53 Km², Bukit Batu dengan luas 603,16 Km² dan Rakumpit dengan luas 1.101,95 Km².⁶²

Jumlah penduduk Kota Palangka Raya Tahun 2021 sebanyak 299.000 orang yang terdiri dari 152.000 orang laki-laki dan 146.900 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan 52,66% penduduk Kota Palangka Raya tinggal di kecamatan ini.

⁶²*Ibid*

2. Visi Misi Kota Palangka Raya

a) Visi

Selama periode 2018-2023 visi pembangunan Kota Palangka Raya adalah: “*Terwujudnya Kota Palangka Raya yang Maju, Rukun, dan Sejahtera untuk Semua*”.⁶³

b) Misi

- 1) Terwujudnya kemajuan Kota Palangka Raya *Smart Environment* (lingkungan cerdas) meliputi Pembangunan Infrastruktur, teknologi informasi, pengelolaan sektor energi, pengelolaan air, lahan, pengelolaan limbah, manajemen bangunan dan tata ruang, transformasi.
- 2) Mewujudkan kerukunan seluruh elemen masyarakat *smart society* (masyarakat cerdas) meliputi pengembangan kesehatan, pendidikan, pemudaan, layanan publik, kerukunan dan keamanan.
- 3) Mewujudkan kesejahteraan masyarakat Kota Palangka Raya *smart economy* (ekonomi cerdas) meliputi pengembangan industri, usaha kecil dan menengah, pariwisata dan perbankan.⁶⁴

3. Perekonomian Kota Palangka Raya

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) riil, ekonomi Palangka Raya tumbuh pada tingkat terendah selama empat tahun terakhir di tahun 2015 sebesar 7,18 persen diantaranya disumbang oleh Lapangan

⁶³*Ibid*

⁶⁴*Ibid.*

Usaha/Kategori berikut yaitu Kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial sebesar 1,53 persen, dimana Kategori ini yang tumbuh sebesar 11,94 persen pada tahun 2015 meningkat dibanding tahun sebelumnya dengan laju sebesar 4,67 persen. Kemudian kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 1,31, Kategori Industri Pengolahan sebesar 0,78 persen, yang tumbuh sebesar 1,66 persen, serta kategori Konstruksi sebesar 0,76 persen, yang tumbuh sebesar 1,248 persen

PDRB Kota Palangka Raya atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 11.289,0 miliar pada tahun 2015. Kontributor-kontributor terbesar terhadap PDRB pada tahun 2015 adalah sebagai berikut:

- a) Kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial sebesar 22,795 persen.
- b) Kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 17,12 persen.
- c) Kategori Pengolahan sebesar 11,11 persen.

PDRB Kota Palangka Raya mempunyai peranan 11,28 persen terhadap PDRB Kalimantan Tengah. Besaran ini merupakan yang terbesar ketiga se-Kalimantan Tengah setelah Kotawaringin Timur (17,16 persen), Kotawaringin Barat (13,07). Inflasi PDRB atau tingkat perubahan harga di tingkat produsen sebesar 7,20 persen. Perekonomian Palangka Raya terus tumbuh dari tahun ke tahun dengan rata-rata pertumbuhan 7,25 persen dan telah tumbuh pada tingkat tertinggi di

tahun 2013 sebesar 7,53 persen. Pertumbuhan ekonomi sedikit melambat di tahun 2014 yaitu sebesar 6,91 persen dan kembali menguat pada tahun 2015 menjadi sebesar 7,18 persen.⁶⁵

4. Usaha buket di Kota Palangka Raya

Buket dalam KBBI adalah karangan bunga. Kata buket berasal dari kata *bouquet* yang berarti karangan bunga. Pada awalnya buket dikenal dengan karangan bunga namun seiring dengan perkembangan waktu dan zaman kini buket mengalami perkembangan inovasi yang menggunakan media selain bunga seperti makanan ringan, hijab, kosmetik, dan lain sebagainya tergantung dari kreativitas seseorang merangkainya, buket memiliki harga yang bervariasi dari yang murah hingga yang mahal sekalipun.

Buket dapat menjadi sumber penghasilan jika dilakukan dengan tekun dan giat, dengan bentuk yang dikreasikan berdasarkan kreativitas dari pembuat buket dapat di pasarkan dengan harga jual yang menguntungkan dengan memanfaatkan media sosial seseorang dapat mempromosikan usaha buketnya tidak hanya ke satu daerah namun ke daerah yang jauh sekalipun hal ini membuat buket dapat dijadikan sebagai alternatif pilihan usaha bagi yang ingin memiliki penghasilan dengan modal kecil.

Saat ini banyak usaha yang berkembang di Kota Palangka Raya salah satunya yaitu usaha buket, saat ini usaha buket sudah mulai banyak

⁶⁵*Ibid.*

diminati masyarakat dikarenakan usaha ini dapat dimulai dengan modal yang minim serta dapat dilakukan oleh siapa saja. Berdasarkan temuan peneliti ada 27 usaha buket yang ada di Kota Palangka Raya namun yang masuk kriteria peneliti ada 4 pelaku usaha yaitu:

Tabel 4.1
Subjek dan Informan Penelitian

No	Nama	Identitas	Status
1	N	Pemilik usaha buket Fleur.id	Subjek
2	NS	Pemilik usaha buket Broensis	Subjek
3	NA	Pemilik usaha buket Balloons.pky	Subjek
4	S	Pemilik usaha buket skr.flowproject	Subjek
5	TKO	Konsumen buket Fleur.id	Informan
6	MI	Konsumen buket Broensis	Informan
7	N	Konsumen buket Ballons.pky	Informan
8	NH	Konsumen buket Skr.flowproject	Informan

a) Usaha Buket Milik N (Fleur.Id)

N merupakan salah satu penjual buket yang ada di Palangka Raya,

Usaha buket fleur.id dimulai tahun 2019 namun sebelumnya mbak N sudah mulai berjualan buket pada masa kuliah di Yogyakarta sebelum memulai usaha buket mbak N telah mencoba beberapa usaha seperti berjualan pakaian, dan pembalut kain tetapi tidak berhasil. Setelah

usaha sebelumnya tidak berhasil maka mbak N mencoba usaha buket bersama temannya pada tahun 2017 pada saat itu usaha buket mbak N bernama flower.id. setelah mbak N menikah kemudian memutuskan untuk membuka usaha sendiri di Palangka Raya setelah melakukan survei pasar untuk mengetahui kondisi pasar buket di Palangka Raya itu sendiri, modal untuk membuka usaha buket Fleur.id didapat dari hasil penjualan kepemilikan usaha buket sebelumnya yaitu Flower.id.

Usaha buket milik mbak N yaitu Fleur.id beralamat di Jl. G. Obos IX belakang alfamart cukup strategis karena berada dipinggir jalan dan dekat dengan kampus IAIN Palangka Raya. Usaha buket Fleur.Id menyediakan berbagai macam jenis seperti buket *snack*, buket *make up*, buket flanel, buket pita satin, buket uang, *flower box*, *frame* buket , dan hantaran. Banyaknya jenis buket yang dijual dengan harga yang bervariasi pula berdasarkan pengakuan mbak N konsumen dapat memilih jenis dan harga yang mereka inginkan karena di Fleur.id tidak hanya menyediakan buket yang di pajang di etalase tapi juga bisa melalui sistem *request* sehingga konsumen dapat memilih jenis,model, warna sesuai kebutuhan.

Tabel 4.2

Jenis dan Harga Buket Fleur.id

No	Jenis	harga
1	Buket snack	8.000 – 165.000
2	Buket polaroid	50.000 – 60.000

3	Buket hijab	55.000
4	Buket bunga segar	25.000 – 425.000
5	Buket bunga artificial	85.0000 – 100.000
6	Buket balon	50.000 - 90.000
7	Buket bunga pita satin	35.000 – 45.000
8	Buket bumbu masak	100.000
9	Buket boneka	65.000 – 195.000
10	Buket sandal	50.000
11	Buket permen	15.000 – 28.000
12	Buket kopi	15.000 - 30.000
13	Buket uang	35.000 – 65.000

Sumber : Hasil temuan peneliti

b) Usaha Buket Milik NS (Broensis)

Mbak NS adalah pemilik dari usaha buket Broensis, berawal dari kebutuhan mbak NS sendiri akan buket untuk hadiah teman-teman kampusnya dia berinisiatif untuk membuat sendiri daripada harus membeli sebab akan menghabiskan dana yang lumayan, karena buket yang mbak NS buat menarik maka banyak teman-temannya yang memesan buket dengannya kemudian ada teman yang menyarankan untuk promo di media sosial Instagram dan facebook sejak saat itu orderan buket mulai berdatangan hingga sampai saat ini.

Usaha buket Broensis dimulai pada tahun 2018 dengan modal awal 500 ribu rupiah pada saat itu mbak NS masih berjualan buket di

rumah dengan memajang buket yang dijual di ruang tamu, pada maret 2021 Broensis akhirnya mempunyai toko di depan rumah mbak NS sendiri yang beralamat di jalan Kecubung No.69 Jekan Raya, Palangka Raya buka pukul 07:00-22.00.

Tabel 4.3

Jenis dan Harga Buket Broensis

No	Jenis	Harga
1	Buket snack kecil	8.000 – 25.000
2	Buket snack medium	10.000 – 40.000
3	Buket snack besar	65.000 – 100.000
4	Buket bunga artifical medium	35.000 - 50.000
5	Buket bunga artifical kecil	15000 - 20.000
6	Buket bunga artifical besar	100.000
7	Buket boneka dan bunga artifical	70.000
8	Buket masker wajah	48.000 - 60.000
9	Buket kopi	35.000
10	Buket pembalut	20.000
11	Buket bunga flannel mini	15.000
12	Buket uang mainan	40.000
13	Buket uang asli	150.000 - 240.000
14	Buket bumbu dapur	75.0000
15	Buket rokok	120.000

Sumber : Hasil temuan peneliti

Selain harga-harga di atas konsumen juga dapat memesan sesuai *budget* yang diinginkan.

c) Usaha Buket Milik NA (Ballons.Pky)

NA adalah pemilik usaha buket Balloons.pky, mbak NA menceritakan awal mula mengapa ia mempunyai usaha buket yang dinamakan Ballons.pky, pada awalnya dia ingin memberikan hadiah kepada temannya kemudian mencari di media sosial Instagram dan menemukan buket ballon namun lokasinya di luar daerah, karena mbak NA tidak menemukan buket ballon di Palangka Raya maka dia memutuskan untuk membuat sendiri dengan mencari bahan di *marketplace* akan tetapi waktu pengiriman yang dibutuhkan lumayan lama maka mbak NA memutuskan untuk tidak membuatnya. Dua bulan setelah itu mbak NA kemudian terpikir untuk membuka usaha ballon karena untuk di Palangka Raya sendiri pada saat itu masih sangat minim sehingga peluang usaha buket ballon dapat dikatakan besar.

Tidak seperti usaha mbak N (Fleur.id) dan mbak NS (Broensis) usaha mbak NA belum mempunyai toko masih berjualan di rumah, meski demikian usaha buket milik mbak NA dapat meraup omzet 4-5 juta perbulannya.

Tabel 4.4

Jenis dan Harga Buket Ballons.pky

No	Jenis	Harga
----	-------	-------

1	Buket balon mini	45.000
2	Buket balon tanpa isi +stiker tulisan	85.000
3	Buket balon + snack random + stiker tulisan	105.000
4	Buket balon + bunga artificial + stiker tulisan	135.000
5	Buket snack	45.000 – 200.000
6	Buket uang	70.000 – 400.000

Sumber : Hasil temuan peneliti

Untuk buket uang sendiri tergantung dari berapa banyak uang yang dibutuhkan dengan biaya jasa menyesuaikan jumlah uang. Selain harga-harga yang disebutkan di atas mbak NA juga menerima permintaan sesuai *budget* konsumen.

d) Usaha Buket Milik S (Skr.Flowproject)

S adalah pemilik usaha buket skr.flowproject, mbak S menceritakan awal mula mengapa ia mempunyai usaha buket, pada awalnya karena melihat banyaknya teman yaang seminar proposal dan sidang skripsi sehingga membuat S tertarik untuk memulai usaha karena melihat peluang usaha buket itu sendiri masih besar.

Usaha buket skr.flowproject beralamat di jalan Samudin Aman V Kos Putih nomor 5 B, S menggunakan kos sebagai toko disana banyak terdapat berbagai jenis buket yang *ready* berjejer rapi sehingga konsumen dapat melakukan pembelian meski sebelumnya belum melakukan pemesanan, selain buket S juga menjual bahan-bahan utuk

pembuatan buket seperti kertas cellophane, bunga, boneka, pita dan bahan-bahan lainnya sehingga jika konsumen ingin mencoba untuk membuat buket dapat membeli bahan di skr.flowproject.

Tabel 4.5

Jenis dan Harga Buket Skr.flowproject

No	Jenis	Harga
1	Buket snack	25.000 – 55.000
2	Buket bunga	35.000 – 85.000
3	Buket kosmetik	200.000
4	Buket boneka	35.000 – 110.000
5	Buket balon	75.000
6	Buket rokok	75.000 – 155.000
7	Buket uang	45.000 – 145.000

Sumber : Hasil temuan peneliti

Selain harga-harga di atas konsumen juga dapat memesan sesuai *budget* yang diinginkan.

B. Penyajian Data

Sebelum memaparkan hasil penelitian ini, peneliti terlebih dahulu memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) ke Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Palangka Raya, Kemudian barulah peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan

penggalan data. Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan penggalan data.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan para narasumber yang terdiri dari Pemilik usaha buket dan pelanggan usaha buket dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Jenis Produk/Jasa

a. Subjek Pertama

Berikut adalah identitas subjek pertama yang peneliti wawancara:

Nama : N (Pemilik usaha buket Fleur.id)

Jenis Kelamin : perempuan

Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu melakukan observasi usaha buket milik mbak N, dapat diketahui bahwa usaha buket tersebut berada di pinggir jalan G. Obos IX sehingga memudahkan para konsumen untuk menemukan tempat tersebut karena toko Fleur.id selain berada di pinggir jalan juga ada memasang spanduk dan *neon box* sehingga dari kejauhan terlihat oleh masyarakat yang berlalu lalang. Buket yang di jual mbak N berbagai macam jenis buket baik yang tersedia di toko ataupun orderan dari konsumen sendiri.

Peneliti melakukan langsung wawancara dengan mbak N selaku pemilik usaha buket Fleur.id yang beralamat di jalan G. Obos IX

belakang alfamart ruko No. 3 pada tanggal 22 Maret 2022 pukul 19:05. Hasil wawancara yang diperoleh dari mbak N berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu perihal alasan memilih usaha buket, apakah usaha tersebut sesuai dengan minat, dan apakah sebelumnya ada teman atau keluarga yang terlebih dahulu memulai usaha buket tersebut. Berikut penjelasan mbak N:

“Dulu saya memulai usaha dari kuliah, sebenarnya pada awalnya iseng aja sih mba tidak ada alasan tertentu, banyak bisnis sudah saya coba kan namanya bisnis jodoh-jodohan saya dulu pernah jualan baju, jualan segala pembalut kain tapi semuanya *jonk* padahal temanku omzetnya banyak banget sampai akhirnya ketemu buket. Awal jualan di Yogyakarta pada tahun 2017 tapi bukan Fleur.id namanya pada saat itu buket flower.id, pada saat itu buket flower.id saya bekerja sama dengan teman saya waktu kuliah di Yogyakarta karena mau menikah suami saya menyarankan untuk membuka usaha buket di Palangka Raya, sebelum buka saya melakukan survei pasar bagaimana sih keadaan usaha buket di Palangka Raya setelah menikah saya memutuskan keluar dan menjual kepemilikan saham saya lah bahasanya di flower.id dari uang itulah dijadikan modal untuk membuka usaha Fleur.id, awal buka usaha pada Januari tahun 2019, usaha buket ini sesuai dengan minat saya karena dari dulu memang suka bikin sesuatu dan belum ada teman atau keluarga yang memulai usaha buket.”⁶⁶

Mbak N menjelaskan bahwa dia memulai usaha Fleur.id pada Januari 2019 usaha buket dipilih karena sesuai dengan minat mbak N yaitu suka membuat kreasi sesuatu dan hal ini sangat cocok untuk usaha buket yang dituntut untuk membuat kreasi dan inovasi. Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan peneliti yaitu berapa

⁶⁶Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

modal untuk memulai usaha buket dan omzet saat ini serta promosi lewat media apa saja, berikut penjelasan mbak N :

“Modal untuk memulai usaha kurang lebih 500.000-an karena dulu awal memulai usaha masih di rumah mbak. Untuk omzet sekarang sekitar 20.000.000 itu masih diputer untuk modal juga mbak, untuk promosi kita menggunakan Instagram, tiktok, facebook dan whatsapp.”⁶⁷

Berdasarkan penjelasan mbak N modal awal usaha yaitu kurang lebih 500.000 dengan omzet saat ini mencapai diangka 20.000.000 dengan media promosi menggunakan instagram, whatsapp, facebook, dan tiktok. Kemudian pertanyaan selanjutnya yaitu apakah mbak N ada membuat target penjualan, mbak N menjawab bahwa pastinya ada target dan Alhamdulillah setiap bulannya tercapai.

Selanjutnya peneliti juga menanyakan tentang pembelian *online* seberapa cepat dalam membalas/menanggapi pesan dari konsumen, berikut penjelasan mbak N:

“Kalau via *online* kita melayani via whatsapp kalau via *direct message* Instagram jarang kita layani karena takutnya nama *user* tiba-tiba berubah nanti nyarinya susah, kalau untuk pembalasan *chat* kurang dari satu jam kecuali pas lagi *full* yaa kalau di jam pagi jam 8-12 terkesan *slow respon* karena semua tim kerja tapi kalau di atas jam 12 maka *fast respon* karena belum ada admin.”⁶⁸

Berdasarkan penjelasan mbak N bahwa mereka hanya melayani pemesanan via whatsapp karena nama *user* instagram kadang tidak sesuai namun untuk *chat direct message* instagram masih dilayani hanya untuk pemesanan saja dilakukan di whatsapp dan untuk

⁶⁷Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

⁶⁸ Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

pembalasan chat kurang dari satu jam namun untuk waktu tertentu seperti jam 8-12 siang itu tergolong *slow respon* karena semua tim bekerja dan belum ada admin. Selanjutnya peneliti menanyakan daya tahan produk, penjelasan mbak N untuk daya tahan produk sendiri tergantung jenisnya untuk bunga segar itu hanya bertahan 3-7 hari saja karena dapat layu namun untuk buket *snack* dan bunga artificial itu dapat bertahan lama. Peneliti juga menanyakan cara agar produk sesuai dengan harapan konsumen, berikut penjelasan mbak N:

“Tentunya kita cari inovasi terus, media sosial sekarang kan sudah luas tentunya kita mengikuti apa maunya anak muda seumpama *costumer* minta request A kita coba intinya kita mengikuti maunya *costumer*.”⁶⁹

Mbak N menjelaskan agar produk sesuai dengan harapan konsumen maka harus berinovasi dengan mengikuti keinginan konsumen. Selanjutnya peneliti menanyakan karakteristik yang menonjol, menurut penjelasan mbak N hal yang menonjol di Fleur.id yaitu menyediakan berbagai macam jenis buket. Selanjutnya peneliti menanyakan tentang penampilan dan kualitas produk, berikut jawaban mbak N:

“Untuk segi kualitas kuat aja kalau kena angin di motor tidak mudah patah lah, kita memilih untuk jenis lem juga kita coba-coba jika dirasa tidak cocok pasti kami ganti karena walaupun kami menjual dengan harga mahasiswa kualitas tetap kami jaga, tangkainya pun kuat tidak mudah meleyot.”⁷⁰

⁶⁹Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

⁷⁰Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

Mbak N menjelaskan mereka sangat mementingkan kualitas meskipun mereka menjual dengan harga mahasiswa namun dari segi kualitas selalu mereka jaga. Selanjutnya peneliti menanyakan ada berapa jenis buket yang mbak N jual dan cara agar hubungan dengan konsumen terjalin baik, berikut jawaban mbak N:

“Banyak, ada bunga, buket uang, buket boneka, bunga segar, buket foto, yaa lebih dari 10 lah belum lagi yang hantaran, cara agar terjalin hubungan baik dengan konsumen kalau kita menghadapi *costumer* sebawel apapun *costumer* selalu berusaha ngalah kita melayani dengan baik, kita harus ramah aja.”⁷¹

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah mbak N menerima pesanan buket dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya, berikut penjelasan mbak N:

“kalau di Fleur.id kita ada yang namanya *fast order* jadi kadang orang order jam 8 mba ku ambil 15 menit lagi itu bisa aja karena kita udah ada tim yang kerja ada 2 orang jadi ada yang bantu nggak aku sendiri jadi bisa aja kalau mau cepat antara 15 menit sampai 2 jam tergantung buket juga sih, tercepat itu buket snack 10 menit jadi tapi tergantung besar kecilnya juga.”⁷²

Berdasarkan penjelasan mbak N Fleur.id menerima pesanan dengan waktu pembuatan tercepat yaitu 10 menit namun pengerjaan tergantung jenis buket hal tersebut karena di Fleur.id sendiri sudah mempunyai pegawai sehingga mereka dapat melakukan pesanan dengan cepat. Selanjutnya peneliti juga menanyakan tentang garansi produk, berikut penjelasan mbak N:

“Kalau seumpama kita jual tu ada beberapa kadang kaya balon itu bisa pecah walaupun itu bukan kesalahan kami mungkin

⁷¹Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

⁷²Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

costumer bawa terlalu kencang atau mungkin kena hujan karena ini tidak *waterproof* mba padahal sudah kita kasih tau tapi kadang ada *costumer* yang chat mba ini luntur nah kami selalu ganti mbak walaupun sudah kami kasih tau tapi kalau sampai dua tiga kali nggak sih sekali aja garansinya.”⁷³

Berdasarkan penjelasan mbak N di Fleur.id sendiri ada memberikan garansi kepada konsumenn dengan syarat dan ketentuan berlaku.

Dari hasil wawancara di atas diketahui N sebagai pemilik usaha memilih usaha buket dikarenakan buket sesuai dengan minat karena N memang suka membuat sesuatu atau berkreasi, sebelum memulai usaha buket N sudah pernah mencoba beberapa bisnis namun tidak berhasil kemudian ketika mencoba usaha buket pada tahun 2017 di Yogyakarta usaha tersebut berjalan dan berkembang. Pada awal tahun 2019 tepatnya bulan Januari N memutuskan untuk membuka usaha buket sendiri di Palangka Raya dengan modal awal 500.000 rupiah, dalam mengenalkan produknya ke masyarakat N menggunakan media sosial instagram, tiktok, facebook dan whatsapp seperti kita ketahui media sosial tersebut merupakan media paling efektif untuk mempromosikan usaha karena pada saat ini pengguna media sosial sangatlah tinggi sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya terbatas pada satu wilayah tertentu.

Dalam hal penjualan N selalu membuat target dan tiap bulannya target tersebut tercapai, untuk pemesanan buket via *online* Fleur.id

⁷³Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

tidak menerima pemesanan di *direct message* instagram hanya menerima pemesanan di whatsapp hal tersebut untuk menghindari kesalahan karena nama *user* instagram kadang tidak sesuai. Untuk respon chat Fleur.id dapat dikatakan cukup cepat dalam menanggapi sebab pembalasan chat kurang dari satu jam. Untuk daya tahan buket tergantung dari jenis buket itu sendiri, buket *snack* dan bunga artificial akan bertahan lama namun untuk bunga segar itu hanya bertahan 3-7 hari saja. Agar produk sesuai dengan harapan konsumen maka selalu mengikuti bagaimana kemauan konsumen serta terus berinovasi, dari segi kualitas N selalu memilih kualitas terbaik meskipun harga yang ditawarkan cukup murah, di fleur.id ada banyak varian buket dari buket *snack*, buket uang, sampai buket bumbu dapurpun ada, mbak N juga mengutamakan pelayanan yang ramah agar terjalin hubungan yang baik dengan konsumen sehingga konsumen akan melakukan *repeat order* bahkan banyak juga yang menjadi langganan.

Berdasarkan penuturan N Fleur.id menerima *fast order* dengan waktu pengerjaan tercepat 10 menit untuk buket *snack* namun lama pengerjaan juga tergantung dengan jenis buket yang dipesan akan tetapi orderan yang diterima akan dikerjakan secepat mungkin karena N sudah mempunyai 2 orang karyawan yang membantu, selain itu Fleur.id juga memberikan garansi untuk konsumen sehingga jika ada kerusakan atau kecacatan pada produk konsumen dapat mengklaim garansi tersebut.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Fleur.id yaitu mbak TKO yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Fleur.id, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang alasan membeli buket, berikut jawaban mbak TKO:

“Yang pertama selain variannya banyak, unik-unik, trus murah-murah harganya terjangkau sesuai dengan *budget* mahasiswa. Saya membeli biasanya untuk hadiah teman seperti sempro dari sekian banyak hadiah saya lebih memilih buket karena harganya terjangkau.”⁷⁴

Berdasarkan penjelasan mbak TKO bahwa dia membeli buket di Fleur.id karena disana menyediakan buket yang beragam dengan harga yang terjangkau dan mbak TKO lebih sering memilih buket untuk hadiah karena harganya yang terjangkau. Selanjutnya peneliti menanyakan apakah penjual buket tanggap dalam pelayanan, berdasarkan penjelasan mbak TKO bahwa untuk respon chat itu biasanya sejam dan pelayanan di tokonya sendiri cepat tanggap dan untuk daya tahan produk itu bagus karena produnya kuat tidak mudah copot serta ada *packaging* sehingga mempercantik buket walaupun dengan harga murah. Peneliti juga menanyakan tentang daya tahan produk,

Peneliti juga menanyakan tentang apakah produk sesuai dengan harapan konsumen, karakteristik yang menonjol dari Fleur.id dan penampilan dan kualitas buket Fleur.id, apakah ada varian buket dan pelayanan yang diberikan, berikut jawaban mbak TKO:

⁷⁴Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

“Sesuai aja murah dan bagus, *worth it* aja murah tapi nggak kelihatan murahan, untuk penampilan bagus sih *aesthetic*, ada varian buket, ada buket *snack*, bunga balon bisa *costum* juga. Untuk pelayanannya sendiri memuaskan karena saya sudah beberapa kali kesitu.”⁷⁵

Mbak TKO menjelaskan bahwa di Fleur.id menjual berbagai macam jenis buket dan berdasarkan pengalaman mbak TKO untuk pelayanannya sendiri itu memuaskan. Selanjutnya peneliti menanyakan tentang apakah mbak TKO puas dengan produk yang dibeli dan tentang garansi produk, berdasarkan penjelasan mbak TKO bahwa puas dengan produk yang dibeli dan ada garansi yang diberikan, hal tersebut sama seperti yang dijelaskan subjek pertama yaitu mbak N bahwa mereka ada menyediakan garansi untuk konsumen.

Dari hasil wawancara TKO di atas dapat diketahui bahwa untuk hadiah TKO lebih sering memberikan buket karena harganya terjangkau. alasan TKO membeli buket di fleur.id yaitu harga terjangkau dengan banyak varian dan terlihat unik. Berdasarkan penjelasan TKO Fleur.id cukup tanggap dalam memberikan pelayanan dan membalas pesan sedangkan dari segi ketahanan produk sendiri dapat dikatakan bagus karena tidak mudah lepas ataupun patah. Menurut TKO produk Fleur.id murah dan menarik sehingga dia sering melakukan pembelian buket di Fleur.id.

b. Subjek Kedua

⁷⁵Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

Berikut adalah identitas subjek kedua yang peneliti wawancara:

Nama : NS (Pemilik usaha buket Broensis)

Jenis Kelamin : perempuan

Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu melakukan observasi usaha buket milik mbak N, dapat diketahui bahwa usaha buket tersebut berada di jalan Kecubung No.69 Jekan Raya, Palangka Raya buka pukul 07:00-22.00. Peneliti melakukan wawancara dengan mbak NS selaku pemilik usaha buket Broensis pada 19 Maret 2022 pukul 12:20. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu perihal alasan memilih usaha buket, apakah usaha tersebut sesuai dengan minat, dan apakah sebelumnya ada teman atau keluarga yang terlebih dahulu memulai usaha buket tersebut. Berikut penjelasan mbak NS:

“Alasan utama memilih usaha buket itu untuk menambah pendapatan, awalnya tu aku di kampus mempunyai banyak teman, ada dua kelas jumlahnya 80 orang nah kada mungkin kan aku nukar tarus buket jadi insiatif ai bikin sorangan trus teman-teman beli ke aku dan ada teman yang menyarankan untuk posting di Instagram dan facebook siapa tau ada yang beli akhirnya ada satu-satu yang beli dan sampai sekarang makin banyak yang beli, awal usaha itu tahun 2018 tapi pada saat itu pembelinya masih sekitaran kawan dan keluarga ja, awal punya toko tu bulan maret tahun 2021. Usaha buket ni sesuai dengan minat, dan sebelumnya belum ada teman/keluarga yang mempunyai usaha buket.”⁷⁶

Berdasarkan penjelasan mbak NS bahwa usaha Broensis dimulai pada tahun 2018, usaha buket sendiri sesuai dengan minat mbak NS dan belum ada sebelumnya keluarga ataupun teman yang terlebih dahulu

⁷⁶Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

memulai usaha buket. Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan peneliti yaitu berapa modal untuk memulai usaha buket, omzet saat ini, promosi lewat media apa saja, serta target pasar berikut penjelasan mbak NS :

“Modal awal 500.000 dan omzet perbulan 6.000.000-7.000.000, Instagram, facebook, dan shopee, tidak ada membuat target omzet dan target pasar untuk semua kalangan aja baik mahasiswa ataupun orang tua yang ingin ngasih kado ke anaknya”.⁷⁷

Berdasarkan penjelasan mbak NS modal awal membangun usaha yaitu 500.000 dengan omzet saat ini 6.000.000 – 7.000.000 dengan menggunakan instagram, facebook, dan shopee sebagai media promosi dan mbak NS bahwa dia tidak ada membuat target penjualan, untuk target pasar sendiri itu untuk semua kalangan. Selanjutnya peneliti juga menanyakan tentang seberapa cepat dalam membalas/menanggapi pesan dari konsumen, berikut penjelasan mbak NS:

“Konsumen *chat* ada yang lewat whatsapp ada yang lewat instagram ada juga yang datang langsung kalau whatsapp tu masuk langsung dibalas klo lambat tu paling 10-20 menit itu ketika ada kesibukan.”⁷⁸

Peneliti juga menanyakan daya tahan produk dan cara agar produk sesuai dengan harapan konsumen, berikut penjelasan mbak NS:

“Buketnya kuat, kalau buket *snack* itu tergantung *expired*, agar produk sesuai dengan harapan konsumen terus berinovasi,

⁷⁷Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

⁷⁸Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

berkembang, melihat peluang pasar, dan selektif terhadap bahan baku”.⁷⁹

Berdasarkan penjelasan mbak NS agar produk sesuai dengan harapan kosumen maka terus berinovasi agar selalu ada produk baru serta selektif terhadap bahan baku. Selanjutnya peneliti menanyakan karakteristik yang menonjol, penampilan dan kualitas produk. Berdasarkan penjelasan mbak NS bahwa di Broensis sendiri produknya selalu *ready* dengan berbagai varian buket dan mengutamakan kualitas.

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah mbak NS menerima pesanan buket dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya serta cara agar hubungan dengan konsumen terjalin baik, jenis buket yang di jual, cara agar konsumen puas dengan produk Broensis dan garansi produk berikut penjelasan mbak NS:

“Iya menerima pesanan biasanya waktu pengerjaannya 1-2 hari, misal pesan pagi sorenya bisa aja diambil, cara agar terjalin hubungan yang baik yaitu kami memberikan pelayanan yang ramah, kalau jenis buket Lebih 20 model dari harga 8.000 – 295.000, untuk garansi kalau satu hari misalnya ada yang lepas bisa dibawa untuk diperbaiki atau ditukar”⁸⁰

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa alasan NS memulai usaha buket yaitu untuk menambah pendapatan selain itu usaha buket juga sesuai dengan minat NS sehingga pada tahun 2018 NS memutuskan untuk memulai usaha buket dengan nama Broensis yang pada saat itu tempat usaha masih di rumah NS sendiri dan pada

⁷⁹Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

⁸⁰Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

tahun 2021 tepatnya Maret NS mempunyai toko sendiri. Pada awal memulai usaha modal awal NS 500.000 dengan omzet saat ini 6.000.000 – 7.000.000 dengan media promosi instagram, facebook, dan shopee. NS tidak ada membuat target omzet perbulan dan untuk target pasar NS menargetkan semua kalangan. Dalam membalas chat dari konsumen dapat dikatakan cepat setelah chat masuk biasanya langsung dibalas paling lambat 10-20 menit, daya tahan produk kuat karena NS selektif dalam memilih bahan, produk di Broensis selalu *ready* dengan banyak varian buket yang menarik dengan kisaran harga 8.000 – 295.000. NS selalu memberikan pelayanan yang ramah dengan memberikan produk yang murah, rapi dan menarik. Untuk waktu pengerjaan pesanan 1-2 hari NS juga memberikan konsumen garansi jika ada produk yang rusak atau ada kecacatan.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Broensis yaitu mbak MI yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Broensis, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang alasan membeli buket, pelayanan yang diberikan, daya tahan produk, apakah produk sesuai dengan harapan konsumen, dan karakteristik yang menonjol, berikut jawaban mbak MI:

“Saya membeli buket untuk hadiah teman seperti sempro, ulang tahun karena buket itu harganya terjangkau, pelayanannya baik pas saya datang orangnya langsung melayani, daya tahannya baik dan kuat karena saya pernah membeli produknya dan saya simpan sampai sekarang masih bagus, menurut saya sesuai dengan harapan, sesuai dengan harga dan kualitasnya, kualitasnya bagus, banyak varian seperti buket uang, boneka,

snack, kualitasnya kuat dan baik, disana ada berbagai macam buket ada buket uang, *snack* boneka dan banyak lagi .”⁸¹

Peneliti menanyakan tentang pelayanan, apakah mbak MI puas dengan produk yang dibeli dan garansi produk, berikut jawaban mbak MI:

“Ya pelayanan di sana memuaskan cepat tanggap, saya juga puas dengan produk yang saya beli, untuk garansi alau sudah dibeli itu bukan jaminan penjual lagi, tapi selama saya beli tidak pernah rusak produknya”⁸²

Berdasarkan penjelasan mbak MI bahwa dia tidak mengetahui adanya garansi produk akan tetapi selama ia membeli buket tidak pernah ada kerusakan pada produk.

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa MI membeli buket untuk keperluan hadiah, buket dipilih karena harganya terjangkau, produknya bagus, memiliki varian yang beragam, dan pelayanan cepat tanggap. MI mengaku puas dengan produk Broensis sehingga sering melakukan pembelian.

c. Subjek Ketiga

Berikut adalah identitas subjek ketiga yang peneliti wawancara:

Nama : NA (Pemilik usaha buket Balloons.pky)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti melakukan langsung wawancara dengan mbak NA selaku pemilik usaha buket Balloons.pky yang beralamat di jalan Halaban, pada tanggal 19 Maret 2022 pukul 10:35. Hasil wawancara

⁸¹Wawancara dengan MI pada tanggal 19 Maret 2022.

⁸²Wawancara dengan MI pada tanggal 19 Maret 2022.

yang diperoleh dari mbak NA berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu perihal alasan memilih usaha buket, apakah usaha tersebut sesuai dengan minat, dan apakah sebelumnya ada teman atau keluarga yang terlebih dahulu memulai usaha buket tersebut. Berikut penjelasan mbak NA:

“Pada awalnya ingin ngasih kado teman trus *searching* di Instagram trus nemu buket balon tapi di luar Palangka Raya cek yang jual di Palangka Raya rata-rata itu jual buket tangan, awalnya ingin buat buket untuk teman lalu ingin beli bahan tapi karena bahannya dibeli di luar daerah jadi lumayan lama trus nggak jadi, selang dua bulan setelah itu baru kepikiran buat usaha buket balon karena memang peluangnya besar sih kan masih belum banyak yang ada di Palangka Raya saat itu. Usaha buket juga sesuai dengan aku karena aku orangnya memang suka bikin kreasi-kreasi gitu, dan belum ada teman/keluarga sebelumnya yang mempunyai usaha buket.”⁸³

Berdasarkan penjelasan mbak NA dia memulai usaha buket dikarenakan peluang usaha buket itu sendiri cukup besar selain itu juga sesuai dengan minat mbak NA yang memang suka berkreasi membuat sesuatu, sebelumnya belum ada keluarga ataupun teman yang memulai usaha buket. Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan peneliti yaitu berapa modal untuk memulai usaha buket dan omzet saat ini, promosi lewat media apa saja, dan apakah mbak NA ada membuat target penjualan, berikut penjelasan mbak NA :

“Modal awal kurang lebih 500.000, dan omzet 4.000.000 – 5.000.000, untuk promosi itu menggunakan Instagram, dan pernah sekali *endorse* selebgram, kalau target penjualan sampai

⁸³Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

sekarang belum ada baik dari omzet ataupun usai atau kalangan yang dituju, untuk target konsumen umum aja sih”⁸⁴

Berdasarkan penjelasan mbak NA modal awal untuk memulai usaha yaitu 500.000 dengan omzet saat ini 4.000.000 – 5.000.000 perbulan dengan menggunakan media promosi instagram, dan pernah sekali prmosi dengan menggunakan jasa selebgram dan belum ada membuat target baik dari omzet atau kalangan konsumen yang dituju. Selanjutnya peneliti juga menanyakan tentang pembelian seberapa cepat dalam membalas/menanggapi pesan dari konsumen, dan daya tahan produk dan cara agar produk sesuai dengan harapan konsumen berikut penjelasan mbak NA:

“Kalau pembelian *online* itu biasanya via whatsapp dan Instagram, kalau konsumen *chat* itu langsung di balas atau di balas 1-2 jam kalau misal lagi bikin *order*-an, kalau daya tahannya itu relatif sih tergantung penyimpanan paling lama 1 tahun kalau daya tahan dalam kondisi baik itu 3 bulan, agar konsumen puas dengan produk kita waktu konsumen memesan kita akan menanyakan sedetail mungkin keinginan konsumen mulai dari warna balon warna pita agar sesuai dengan pesanan konsumen”⁸⁵.

Berdasarkan penjelasan mbak NA untuk kecepatan dalam menanggapi pesan dari konseumen itu 1-2 jam, untuk daya tahan sendiri berdasarkan penyimpanan dalam kondisi baik produk itu sekitar 3 bulan dan agar produk sesuai dengan harapan konsumen maka sebelumnya harus menanyakan sedetail mungkin keinginan konsumen agar tidak ada kesalahan dan produk sesuai dengan

⁸⁴Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

⁸⁵Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

keinginan konsumen. Selanjutnya peneliti menanyakan tentang karakteristik yang menonjol, penampilan, kualitas produk, dan ada berapa jenis buket yang mbak NA jual berikut jawaban mbak NA:

“Yang menonjol yaitu ukuran balon ditempat saya itu lebih besar jika dibandingkan dengan tempat lain, penampilannya menarik, kualitasnya bagus karena memakai bahan dengan kualitas yang paling bagus untuk jenis buket ada buket balon, *hand bouquet*, dan *snack tower*. Untuk yang buket balon itu ada yang mini, standar, jumbo, kalau berdasarkan isi itu ada bunga dan *snack*”.⁸⁶

Berdasarkan penjelasan mbak NA penampilan produk di Balloons.pky menarik karena memakai kualitas yang paling bagus dan ada berbagai varian buket yang dijual. Selanjutnya peneliti menanyakan cara agar hubungan dengan konsumen terjalin baik, berikut penjelasan mbak NA:

“Kita mengedepankan pelayanan yang ramah, mulai dari konsumen *chat* itu kita balas dengan cepat dan ramah dan tidak lupa pakai omoticon dan harus sabar karena ada beberapa konsumen yang cerewet dan setelah pesanan selesai nomor konsumen itu disimpan dan kita bikin *story* agar konsumen merasakan eksistensi kita, ada konsumen juga yang melakukan *repeat order* yang langganan juga banyak.”⁸⁷

Berdasarkan penjelasan mbak NA yaitu agar hubungan dengan konsumen terjalin baik yaitu mengedepankan pelayanan yang ramah. Selanjutnya peneliti menanyakan apakah mbak NS menerima pesanan buket dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya, berikut penjelasan mbak NA:

⁸⁶Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

⁸⁷Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

“Semua buket itu *pre-order* bikinnya kurang lebih 3-4 jam tergantung jenis buket, kebanyakan konsumen pesan beberapa hari sebelumnya jadi pengerjaannya malam dan besoknya sudah bisa diambil.”⁸⁸

Berdasarkan penjelasan mbak NA bahwa di Balloons.pky semua produk pre order dan untuk pengerjaan 3-4 jam. Selanjutnya peneliti juga menanyakan tentang garansi produk, berikut penjelasan mbak NA:

“Iya ada tapi sesuai ketentuan misalkan balonnya mau diambil itu pecah pas mau diambil atau pecah pas ada dihadapanku itu bisa diperbaiki lagi tanpa ada biaya tambahan tapi kalau pecah atau rusak pas sudah ditangan konsumen kan ita nggak ada garansi Cuma bisa kalau ingin diperbaiki tapi ada biaya tambahan.”⁸⁹

Berdasarkan penjelasan mbak NA bahwa garansi hanya diberikan ketika produk masih ada dihadapan mbak NA sedangkan jika sudah dibawa maka tidak ada garansi.

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa NA pemilik usaha buket Balloons.pky alasan memulai usaha buket karena NA melihat peluang usaha buket masih cukup besar selain itu usaha buket sesuai dengan minat NA yang suka berkreasi. Modal awal usaha yaitu 500.000 dengan omzet saat ini 4.000.000 – 5.000.000 dengan menggunakan media sosial instagram dan pernah melakukan *endorse* selebgram, NA tidak membuat target penjualan dan untuk target pasar NA menargetkan semua kalangan. Penampilan buket Balloons.pky menarik, dalam pembalasan pesan dari konsumen dapat dikatakan

⁸⁸Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

⁸⁹Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

cukup tanggap 1-2 jam pesan, ketika konsumen melakukan pemesanan buket NA akan menanyakan sedetail mungkin keinginan konsumen sehingga buket akan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, untuk garansi NA menyediakan akan tetapi dengan syarat buket masih ada dihadapan NA jika sudah dibawa pulang dan ada kerusakan maka ada biaya tambahan jika konsumen minta diperbaiki.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Balloons.pky yaitu mbak N yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Balloons.pky, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang alasan membeli buket, pelayanan, daya tahan produk, dan apakah produk sesuai dengan harapan konsumen berikut jawaban mbak N:

“Alasan saya karena ingin ngasih hadiah ke teman, daya tahan produk bagus nggak ada kendala seperti kempes dan lainnya untuk pelayanannya bagus dan *fast* respond dan produknya sesuai dengan harapan saya misalnya saya mau warna apa dan tulisannya juga intinya sesuai keinginan saya dn *request* saya”⁹⁰

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang penampilan, kualitas, varian buket, pelayanan, kepuasan terhadap produk, dan garansi produk berikut jawaban mbak N:

“Penampilannya rapi, cantik pokoknya sesuai keinginan rapi dan cantik, disana beragam buketnya waktu awal-awal dulu hanya ada balon tapi sekarang sudah ada inovasi baru *snack tower* dan *hand bouqet*, untuk produknya sendiri memuaskan, dan untuk garansi pada saat saya membeli tidak ada perjanjian garansi dan pada saat itu saya juga tidak terpikir garansi”^{91,92}

⁹⁰Wawancara dengan N pada tanggal 20 Maret 2022.

⁹¹Wawancara dengan N pada tanggal 20 Maret 2022.

⁹²Wawancara dengan N pada tanggal 20 Maret 2022.

Berdasarkan penjelasan mbak N bahwa produk Balloons.pky sekarang sudah beragam dan mbak N bahwa dia tidak mengetahui adanya garansi dan penjualpun tidak ada memberitahukan mengenai adanya garansi.

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa N membeli buket untuk memberikan hadiah, pelayanan di Ballons.pky bagus dan *fast respon*, produknya bagus sehingga sesuai dengan harapan konsumen, selain itu juga ada varian buket dan untuk garansi N tidak mengetahui adanya garansi.

d. Subjek Keempat

Berikut adalah identitas subjek ketiga yang peneliti wawancara:

Nama : S (Pemilik usaha buket Skr.flowproject)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti melakukan langsung wawancara dengan mbak S selaku pemilik usaha buket Skr.flowproject yang beralamat di jalan Samudin Aman V Kos Putih nomor 5 B, pada tanggal 24 April 2022 pukul 16:44. Hasil wawancara yang diperoleh dari mbak S berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu perihal alasan memilih usaha buket, apakah usaha tersebut sesuai dengan minat, apakah sebelumnya ada teman atau keluarga yang terlebih dahulu memulai usaha buket tersebut, modal awal serta promosi. Berikut penjelasan mbak S:

“Melihat dari kondisi saat itu banyak teman-teman sempro, sidang dan lihat usaha buket punya teman ramai jadi mau coba juga, kalau minat yaa ada lah minatnya, kalau teman atau keluarga yang memulai usaha belum ada, modal awal 500.000 dan omzet perbulan 5.000.000 media promosi Instagram dan *marketplace* facebook”⁹³

Kemudian pertanyaan selanjutnya yaitu apakah mbak NA ada membuat target penjualan dan seberapa cepat dalam membalas/menanggapi pesan dari konsumen berikut penjelasan mbak NA :

“Ada, dan tiap bulan targetnya tercapai aja dan untuk target pasar itu mahasiswa, untuk membalas pesan dari konsumen itu kita *fast respon* setelah konsumen mengirim pesan langsung di balas, dan untuk pelayanan di toko juga langsung dilayani ”⁹⁴

Peneliti juga menanyakan daya tahan produk dan cara agar produk sesuai dengan harapan konsumen, berikut penjelasan mbak S:

“Produk kita tahan dan kuat aja, agar produk sesuai dengan harapan konsumen kami kerjakan sesuai *request* konsumen jika seandainya apa yang diinginkan konsumen bahan baku kurang atau nggak ada maka akan kita konfirmasi.”⁹⁵

Selanjutnya peneliti menanyakan karakteristik yang menonjol, penampilan dan kualitas buket, ada berapa jenis buket yang dijual, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pesanan, cara agar cara agar hubungan dengan konsumen terjalin baik, dan tentang garansi produk berikut jawaban mbak S:

“Kalau menurutku tempat kita harganya terjangkau karena sebelumnya kami sudah pernah survei, untuk penampilan bagus dan menarik, dan kita ada sekitar 5 jenis buket, untuk penyelesaian pesanan tergantung jenis buketnya yang paling

⁹³Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

⁹⁴Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

⁹⁵Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

cepat itu buket *snack* dan yang lambat itu *money* buket karena kadang uangnya harus dicuci dan si setrika dulu, cara agar hubungan dengan konsumen terjalin baik ke konsumen harus pelayanannya bagus dan ramah sehingga banyak yang *repeat order*, untuk garansi itu ada garansi kalau memang kesalahan dari kita tapi selama ini belum ada yang complain.”⁹⁶

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa S pemilik usaha buket skr.flowproject alasan memulai usaha buket karena S melihat peluang usaha buket masih cukup besar selain itu usaha buket sesuai dengan minat S. Modal awal usaha yaitu 500.000 dengan omzet saat ini 5.000.000 dengan media promosi menggunakan instagram dan facebook, S membuat target penjualan dan untuk target pasar S menargetkan mahasiswa. Penampilan buket skr.flowproject menarik, dalam pembalasan pesan dari konsumen dapat dikatakan tanggap, ketika konsumen melakukan pemesanan buket S akan menanyakan sedetail mungkin keinginan konsumen sehingga buket akan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, untuk garansi S menyediakan akan tetapi dengan syarat dikarenakan memang ada kesalahan dari penjual.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen skr.flowproject yaitu mbak NH yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di skr.flowproject, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang alasan membeli buket, apakah penjual buket tanggap dalam pelayanan, daya tahan produk, dan tentang apakah produk sesuai dengan harapan konsumen berikut jawaban mbak NH:

⁹⁶Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

“Karena pada saat perayaan setelah sidang atau sempro kebanyakan atau identik dengan hadiah buket, jadi menurut saya buket sangat cocok sehingga saya sering membeli buket jika ada teman sempro atau sidang skripsi, penjual sangat tanggap dalam pelayanan, cepat dalam membalas pesan, dan penjelasan untuk spesifikasi buket juga bagus, untuk daya tahan produk mungkin tergantung dari jenis produk apa yang dipesan, klo produk yang saya pesan bagus aja, produk sangat sesuai harapan bahkan di luar ekspektasi saya”⁹⁷

Peneliti juga menanyakan tentang karakteristik yang menonjol dari Skr.flowproject, berikut jawaban mbak NH:

“Untuk karakteristik yang menonjol menurut saya pada usaha buket ini kita bisa request dan mereka tidak hanya menjual satu jenis produk melainkan berbagai macam sesuai dengan permintaan konsumen.”⁹⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang penampilan dan kualitas, pelayanan, dan garansi produk buket Skr.flowproject serta apakah menjual buket yaang beragam, berikut jawaban mbak NH:

“Penampilan buket sangat rapi dan bagus dan mereka menjual buket yang beragam bisa pesan sesuai keinginan, pelayanannya sangat memuaskan pelayanannya dan produknya pun memuaskan, untuk garansi penjual tidak ada memberikan garansi”⁹⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa NH membeli buket untuk memberikan hadiah ke teman, pelayanan di skr.flowproject bagus dan *fast respon*, produknya bagus sehingga sesuai dengan harapan konsumen, selain itu juga ada varian buket dan untuk garansi NH tidak mengetahui adanya garansi.

⁹⁷Wawancara dengan NH pada tanggal 24 April 2022.

⁹⁸Wawancara dengan NH pada tanggal 24 April 2022.

⁹⁹Wawancara dengan NH pada tanggal 24 April 2022.

2. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Minat dan Daya Beli

Konsumen

a. Subjek Pertama

Berikut adalah identitas subjek pertama yang peneliti wawancara:

Nama : N (Pemilik usaha buket Fleur.id)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti menanyakan dari kalangan mana mayoritas konsumen mbak N, jenis dan kisaran harga berapa yang diminati konsumen, berikut jawaban mbak N:

“Kebanyakan masih mahasiswa, untuk produk yang diminati hampir merata sekarang, *snack* harga 10.000-an ada peminatnya sendiri, *snack* harga 50.000-an ada peminatnya sendiri juga kalau awal-awal buka yang diminati yang harga 20.000-an ke bawah kalau sekarang taraf daya belinya naik, kalau yang diminati itu kayanya buket *snack* dan bunga yang dibawah harga 50,000-an.”¹⁰⁰

Berdasarkan penjelasan mbak N bahwa buket yang paling diminati ialah buket *snack* dan bunga harga dibawah 50.000. Kemudian peneliti menanyakan apakah konsumen lebih banyak melakukan pembelian *online* atau langsung datang ke toko, dan apakah konsumen membeli buket dikarenakan rekomendasi teman atau memang mendapatkan sendiri dari media sosial, berikut jawaban mbak N:

“Sekarang seimbang aja mbak, antara *online* dan *Offline* kecuali kalau pas rame itu *online* semua karena stok sering habis, kalau untuk konsumen apakah tau Fleur.id dari teman atau kawan itu kurang tau mbak yaa, kalau itu *costumer*-nya yang tau tapi ada

¹⁰⁰Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

beberapa yang bilang aku beli ini dikasih tau si A tapi ada juga yang bilang mbak ini aku yang DM Instagram tadi, beragam aja mba.”¹⁰¹

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa konsumen mengetahui usaha buket Fleur.id beragam ada yang berdasarkan rekomendasi dan ada juga yang mencari tahu sendiri.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Fleur.id yaitu mbak TKO yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Fleur.id, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang jenis dan harga produk yang sering dibeli dan apa yang membuat mbak TKO membeli buket di Fleur.id, berikut jawaban mbak TKO:

“Buket *snack* kisaran harga 20.000 dan buket bunga kisaran harga 40.000 - 50.0000, saya sering membeli di sana karena kemasannya bagus trus kita bisa *costum*, trus nggak lama, pelayanannya ramah dan harganya pun terjangkau.”¹⁰²

Peneliti juga menanyakan apakah sering melakukan pembelian *online* atau datang langsung ke toko dan apa yang menjadi pertimbangan saat melakukan pembelian, berikut jawaban mbak TKO:

“Biasanya *chat* dulu menanyakan stok kalau mereka balas ada maka langsung datang ke toko, saya biasanya mempertimbangkan harga dan kualitas soalnya pernah beli di beberapa tempat harganya mahal tapi sebanding dengan buket Fleur.id yang murah.”¹⁰³

Berdasarkan penjelasan mbak TKO bahwa pertimbangan dalam pembelian buket yaitu haarga dan kualitas. Peneliti juga menanyakan

¹⁰¹Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

¹⁰²Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

¹⁰³Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

dari mana mbak TKO mengetahui buket Fleur.id, berikut jawaban mbak TKO:

“Saya dapat rekomendasi dari teman, sebelum saya membeli buket terlebih dahulu saya melihat di instagram bentuk buket dan harganya apakah sesuai dengan budget yang dimiliki serta melihat jenis dan bentuk buket kemudian ditanyakan ke penjual apakah buketnya *ready* atau nggak jika penjual menjawab *ready* baru datang ke toko.”¹⁰⁴

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa TKO sering membeli buket *snack* kisaran harga 20.000 dan buket bunga kisaran harga 40.000 – 50.000, alasan membeli buket di Fleur karena *packaging* yang bagus, pelayanan yang ramah, bisa *costum*, dan harga terjangkau. TKO mengetahui Fleur.id berdasarkan rekomendasi dari teman sebelum membeli buket TKO terlebih dahulu melihat Instagram Fleur.id untuk melihat jenis buket dan harga kemudian menanyakan ketersediaan stok buket jika penjual menjawab tersedia maka TKO langsung ke toko untuk melakukan pembelian. Saat melakukan pembelian buket yang menjadi pertimbangan TKO yaitu harga dan kualitas.

b. Subjek Kedua

Berikut adalah identitas subjek kedua yang peneliti wawancara:

Nama : NS (Pemilik usaha buket Broensis)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti menanyakan dari kalangan mana mayoritas konsumen mbak N, jenis dan kisaran harga berapa yang diminati konsumen,

¹⁰⁴Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

apakah konsumen lebih banyak melakukan pembelian *online* atau langsung datang ke toko dan apakah konsumen membeli buket dikarenakan rekomendasi teman atau memang mendapatkan sendiri dari media sosial, berikut jawaban mbak NS:

“Mayoritas mahasiswa, 8.000 – 50.000 yang paling banyak, itu buket *snack*, konsumen lebih banyak datang langsung ke toko, konsumen tau ada yang rekomendasi atau lihat di Instagram, tapi kayanya buhannya banyak cari sendiri olehnya banyak tag di instagram tu”¹⁰⁵

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen buket Broensis yaitu mahasiswa dengan produk yang diminati yaitu buket *snack* harga 8.000 – 50.000, konsumen lebih banyak datang langsung ke toko untuk membeli buket daripada melakukan pembelian *online*. Konsumen mengetahui usaha buket Broensis dari rekomendasi dan mencari tahu sendiri melalui media sosial.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Broensis yaitu mbak MI yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Broensis, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang jenis dan harga produk yang sering dibeli, apa yang membuat mbak MI membeli buket di Broensis, apakah sering melakukan pembelian *online* atau datang langsung ke toko, hal yang menjadi pertimbangan saat melakukan pembelian, dan darimana mbak MI mengetahui buket Broensis berikut jawaban mbak MI:

¹⁰⁵Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

“Buket *snack* harga 8.000 – 20.000, sering beli disana karena tempatnya dekat, buketnya menarik bagus lah dan harganya terjangkau, saya lebih sering datang ke toko karena dapat melihat langsung buket yang dibeli, kalau saya ada dana yang lumayan maka saya akan beli yang harganya lumayan dan juga tokonya lumayan dekat makanya sering beli disana. Saya tau Broensis karena dapat rekomendasi dari teman.”¹⁰⁶

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa MI sering membeli buket di Broensis karena tempatnya dekat, penampilan buket menarik, dan harga terjangkau. Buket yang sering MI beli yaitu buket *snack* harga 8.000 – 20.000, MI lebih sering datang ke toko langsung untuk membeli buket daripada melakukan pembelian online, dalam melakukan pembelian buket MI mempertimbangkan harga serta lokasi usaha buket. MI mengetahui buket Broensis berdasarkan rekomendasi dari temannya.

c. Subjek Ketiga

Berikut adalah identitas subjek ketiga yang peneliti wawancara:

Nama : NA (Pemilik usaha buket Balloons.pky)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti menanyakan dari kalangan mana mayoritas konsumen mbak N, jenis dan kisaran harga berapa yang diminati konsumen, dan apakah konsumen lebih banyak melakukan pembelian *online* atau langsung datang ke toko, dan apakah konsumen membeli buket dikarenakan rekomendasi teman atau memang mendapatkan sendiri dari media sosial berikut jawaban mbak NA:

¹⁰⁶Wawancara dengan MI pada tanggal 19 Maret 2022.

“Mayoritasnya tu orang kantoran dan ibu-ibu yang *best seller* itu buket balon isian *snack* harga 100.000 – 150.000, mayoritas konsumen itu beli *online* karena belum ada toko tapi ada beberapa yang langsung datang, untuk konsumen kebanyakannya kayaknya dapat referensi, misalnya ada orang habis beli buket nah *followers* tu nambah nah dari situ kalau kita sering buat *story* lalu ada yang nanya.”¹⁰⁷

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa konsumen buket NA yaitu orang kantoran dan ibu-ibu dengan produk yang paling diminati yaitu buket balon harga 100.000 – 150.000 karena NA belum mempunyai toko maka mayoritas konsumen melakukan pembelian online, dan konsumen mengetahui usaha buket NA yaitu Balloons.pky berdasarkan rekomendasi.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Ballons.pky yaitu mbak N yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Ballons.pky, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang jenis dan harga produk yang sering dibeli, apa yang membuat mbak N membeli buket di Balloons.pky, dan apakah sering melakukan pembelian *online* atau datang langsung ke toko, apa yang menjadi pertimbangan saat melakukan pembelian, dan dari mana mbak N mengetahui buket Balloons.pky berikut jawaban mbak N:

“Buket balon kisaran harga 50.000, sering beli disana karena buketnya unik, dan saya selalu pesan *online* karena ini belum ada tokonya dan memang *pre order*, lokasinya lumayan dekat dengan tempat saya, produknya unik dan bagus, kualitasnya lah, saya tau dari kerabat sering posting dan liat akun Ballons.pky ternyata unik”¹⁰⁸

¹⁰⁷Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

¹⁰⁸Wawancara dengan N pada tanggal 20 Maret 2022.

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa N membeli buket di Balloons.pky karena unik dengan produk yang sering dibeli yaitu buket balon harga 50.000, dalam melakukan pembelian buket yang menjadi pertimbangan N yaitu kualitas dan lokasi. N mengetahui usaha buket Balloons.pky berdasarkan rekomendasi.

d. Subjek Keempat

Berikut adalah identitas subjek ketiga yang peneliti wawancara:

Nama : S (Pemilik usaha buket Skr.flowproject)

Jenis Kelamin : perempuan

Peneliti menanyakan dari kalangan mana mayoritas konsumen mbak S, jenis dan kisaran harga berapa yang diminati konsumen, dan apakah konsumen lebih banyak melakukan pembelian *online* atau langsung datang ke took, dan apakah konsumen membeli buket dikarenakan rekomendasi teman atau memang mendapatkan sendiri dari media sosial berikut jawaban mbak S:

“Mahasiswa sih karena mahasiswa tu sering merekomendasikan ke teman-temannya, buket yang diminati buket snack, bunga, dan buket uang harga 25.000 - 65.000, konsumen kebanyakan order dulu lalu nanti ambil ke sini, konsumen kebanyakan dari facebook awalnya pas di save wa nya *repeat order* lagi tapi ada jua yang rekomendasikan teman.”¹⁰⁹

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen buket skr.flowproject yaitu mahasiswa dengan produk yang diminati yaitu buket *snack*, bunga, dan buket uang

¹⁰⁹Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

dengan kisaran harga 25.000 – 65.000, konsumen lebih banyak datang langsung ke toko untuk membeli buket daripada melakukan pembelian *online*. Konsumen mengetahui usaha buket skr.flowproject dari media sosial facebook dan rekomendasi teman.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen skr.flowproject yaitu mbak NH yang pernah melakukan pembelian buket di skr.flowproject, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang jenis dan harga produk yang sering dibeli, apa yang membuat mbak NH membeli buket di skr.flowproject, apakah sering melakukan pembelian *online* atau datang langsung ke toko, dan pertimbangan saat melakukan pembelian, berikut jawaban mbak NH:

“Saya memesan buket snack harga 35.000, beli disana karena buketnya cukup bagus, pemesanan dan pembayaran bisa via *online* sehingga sangat memudahkan dan saya sering via *online* karena menghemat waktu, dan dari segi kualitas, penjual tetap memberikan kualitas terbaik walaupun dengan harga yang standar, saya tau skr.flowproject dari teman.”¹¹⁰

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwa NH membeli buket *snack* kisaran harga 35.000, alasan membeli buket di skr.flowproject karena kualitas buket, dan harga terjangkau. NH mengetahui skr.flowproject berdasarkan rekomendasi dari teman. Saat melakukan pembelian buket yang menjadi pertimbangan NH yaitu kualitas.

3. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Analisis SWOT

¹¹⁰Wawancara dengan NH pada tanggal 24 April 2022.

Peneliti melakukan wawancara dengan 4 pelaku usaha buket dan 4 konsumen buket sebagai informan. N sebagai subjek pertama peneliti menanyakan apa yang membuat usaha mbak N berbeda dari usaha buket lain, apakah ada kelemahan yang ingin diperbaiki, peluang dan ancaman dalam menjalankan usaha, berikut jawaban mbak N:

“Ditempat lain mungkin *fast order* belum terlalu banyak, kalau di Fleur.id bisa 10 menit atau 1 jam sudah bisa diambil”, kita kekurangan sumber daya jadi ingin nambah pegawai sama *supplier* di Palangka Raya blm ada jadi stok barangnya terbatas, untuk peluang itu pas *event-event* tertentu seperti pas wisuda karena saat itu orderan membludak dan *event* lainnya, ancamannya sepertinya *mood swing* mbak karena kadang ada berada di titik jenuh”¹¹¹

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Fleur.id yaitu mbak TKO yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Fleur.id, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang kelebihan usaha buket Fleur.id, dan saran untuk usaha buket Fleur.id, berikut jawaban mbak TKO:

“Kelebihan usaha Fleur.id mereka berani harga murah tapi kualitasnya nggak murahan walaupun kita pesan yang harga 10.000 tapi *packaging* bagus, lokasinya strategis juga, sarannya kalau bisa mereka antar ke kita”¹¹²

Kemudian peneliti mewawancarai NS sebagai subjek kedua, peneliti menanyakan apa yang membuat usaha mbak NS berbeda dari usaha buket lain, apakah ada kelemahan yang ingin diperbaiki, kondisi tertentu yang dapat memberikan peluang lebih besar, dan ancaman dalam menjalankan usaha buket berikut jawaban mbak NS:

¹¹¹Wawancara dengan N pada tanggal 22 Maret 2022.

¹¹²Wawancara dengan TKO pada tanggal 23 Maret 2022.

“Harga murah, buket selalu *ready*, dan ada toko, kelemahannya Bahannya di luar kota jadi nunggunya lawas, pelaungnya bila ada orang sidang, wisuda, *valentine* itu paling rami dah lawan natal, ancumannya Semakin banyak pesaing, dan bahan baku di luar kota.”¹¹³

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Broensis yaitu mbak MI yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Broensis, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang kelebihan dan saran untuk usaha buket Broensis, jawaban mbak MI yaitu lokasinya dekat, harganya terjangkau dan buketnya menarik, untuk saran terus meng-*update* buket sehingga ada varian baru.

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan NA sebagai subjek ketiga, Peneliti menanyakan apa yang membuat usaha mbak NA berbeda dari usaha buket lain, kelemahan kelemahan yang ingin diperbaiki, kondisi tertentu yang dapat memberikan peluang lebih besar, dan ancaman dalam menjalankan usaha buket, berikut jawaban mbak NA:

“Dari segi harga rasaku soalnya kalau dibanding yang lain penyaku tergolong murah, kelemahannya perlu *marketing* lagi konten-konten diperbaiki lagi manajemen juga, peluangnya hari-hari spesial seperti dekat-dekat wisuda, hari raya, *valentine* nah itu peluangnya lebih besar karena banyak orang cari *hampers* dan kado, sekarang ini banyak saingan tapi bukan kita dijadikan ancaman biar lebih semangat bekreasi dan berinovasi.”¹¹⁴

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen Balloons.pky yaitu mbak N yang pernah beberapa kali melakukan pembelian buket di Balloons.pky, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang kelebihan dan saran untuk usaha buket Balloons.pky, jawaban mba N

¹¹³Wawancara dengan NS pada tanggal 19 Maret 2022.

¹¹⁴Wawancara dengan NA pada tanggal 19 Maret 2022.

produknya bagus, memuaskan, harga sesuai dengan kualitas, pelayanannya juga ramah, sarannya produknya dibuat dengan harga yang lebih terjangkau lagi agar jangkauan pasar lebih luas.

Peneliti juga mewawancarai S sebagai subjek keempat, peneliti menanyakan apa yang membuat usaha mbak S berbeda dari usaha buket lain, kelemahan yang ingin diperbaiki, apakah ada kondisi tertentu yang dapat memberikan peluang lebih besar, dan ancaman dalam menjalankan usaha buket berikut jawaban mbak S:

“Dari segi harga kami terjangkau, kami kesulitan di bahan baku karena kan dari luar daerah, peluangnya acara-acara seperti seminar proposal, sidang skripsi, wisuda, *valentine*, ulang tahun dan lain sebagainya karena pada hari-hari tersebut orderan akan meningkat, ancamannya apa yaa pesaing mungkin.”¹¹⁵

Peneliti juga melakukan wawancara kepada konsumen skr.flowproject yaitu mbak NH yang pernah melakukan pembelian buket di skr.flowproject, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan yaitu tentang kelebihan dan saran untuk usaha buket skr.flowproject, berikut jawaban mbak NH:

“Kelebihannya buketnya sangat rapi, tampilannya bagus, harganya cukup terjangkau, sarannya mungkin penjual bisa menyediakan jasa antar sehingga bisa memudahkan bagi pembeli yang tidak bisa datang langsung ke toko”¹¹⁶

Untuk mengetahui peluang usaha buket kreatif peneliti menggunakan teori analisis SWOT yaitu dengan mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan

¹¹⁵Wawancara dengan S pada tanggal 24 April 2022.

¹¹⁶Wawancara dengan NH pada tanggal 24 April 2022.

ancaman (*threats*). Ada 4 pelaku usaha buket dan 4 informan yang peneliti amati dan wawancara berikut hasil pengamatan dan wawancara.

kekuatan (*strengths*) usaha buket yaitu produk bervariasi ada banyak jenis buket yang dapat ditemukan dari yang kecil sampai yang besar dan konsumen dapat *request* bentuk dan ukuran berdasarkan keinginan, selain itu bentuk dari buket unik-unik dan menarik sehingga sangat cocok untuk hadiah pada hari-hari spesial teman atau kerabat keunggulan lainnya yaitu harganya terjangkau dan bervariasi sehingga dapat ditujukan untuk semua kalangan harga termurah yaitu buket *snack* 8.000 hal ini sangat cocok untuk konsumen yang mempunyai *budget* terbatas namun masih tetap bisa membeli buket untuk hadiah teman ataupun saudara, pangsa pasar dari buket itu sendiri luas, buket dapat ditujukan untuk semua kalangan dari anak kecil sampai orang dewasa. Modal untuk membuka usaha buket itu sendiri terbilang kecil, dengan biaya 500.000 sudah bisa untuk membuat usaha buket bahkan ada yang mengakui awal memulai usaha buket hanya dengan modal 100.000 hal ini sangat cocok untuk seseorang yang ingin memulai usaha buket namun dengan modal yang terbatas.

Kelemahan (*weakness*) usaha buket yaitu pada pencatatan keuangan masih sangat sederhana bahkan ada yang belum mencatat keluar masuk keuangan, padahal pencatatan keuangan sangat penting untuk pelaku usaha agar dapat mengetahui kondisi finansial usaha sehingga pelaku usaha dapat membandingkan kondisi finansial dari bulan ke bulan atau tahun ke tahun, selain itu juga untuk efisiensi modal yang digunakan, dengan

adanya pencatatan keuangan maka pelaku usaha dapat mengetahui kondisi finansial usaha sehingga akan lebih mudah untuk menentukan keputusan usaha di masa mendatang. Selain itu juga masih kurangnya tenaga kerja, pelaku usaha buket mengerjakan sendiri atau dibantu oleh anggota keluarga dalam pembuatan buket-buket yang mereka tawarkan dan berdasarkan pengakuan N selaku pemilik usaha buket Fleur.id yang telah mempunyai 2 karyawan masih kewalahan dalam menangani pesanan.

Peluang (*opportunities*) usaha buket yaitu banyaknya acara formal atau non formal yang diadakan yang mana buket dapat menjadi salah satu pilihan untuk dijadikan sebagai hadiah. Selain itu pola dan gaya hidup yang berkembang gaya hidup masyarakat yang menyukai keindahan dan budaya merayakan hari-hari tertentu sebagai hari istimewa yang akan membuat kebutuhan akan buket meningkat dan membuat peluang usaha buket itu sendiri besar.

Ancaman (*threats*) usaha buket yaitu bahan baku hanya ada di luar daerah oleh karena itu pelaku usaha buket harus menunggu jika akan melakukan pemesanan bahan baku sehingga jika pelaku usaha kehabisan bahan baku maka mereka harus menunggu. Selain itu konsumen yang mulai bosan juga menjadi ancaman terhadap kelangsungan usaha buket itu sendiri.

C. Analisis Data

1. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Jenis Produk/Jasa

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis peluang usaha berdasarkan jenis produk/jasa yaitu minat, modal dan relasi. Berdasarkan wawancara para pelaku usaha mengakui bahwa usaha buket telah sesuai dengan minat dan keahlian karena buket sendiri bergantung dengan kreativitas seseorang. Dalam segi modal pelaku usaha buket mempunyai modal yang cukup hal ini dikarenakan modal untuk usaha buket tidak terlalu besar sehingga dari segi modal sendiri tidak ada kendala berdasarkan wawancara dengan 4 pelaku usaha buket mereka mengakui bahwa modal awal mereka yaitu 500.000 rupiah. Selanjutnya relasi para pelaku usaha buket mengakui bahwa belum ada teman ataupun keluarga yang pernah menggeluti atau lebih dahulu memulai usaha buket sehingga mereka memulai dengan mengandalkan kreativitas dan belajar sendiri. Selain itu lingkungan sekitar usaha juga ada kampus sehingga lokasinya strategis untuk pangsa pasar mahasiswa yang mana kebutuhan akan buket itu sendiri masih tinggi karena adanya acara-acara seperti seminar proposal, sidang skripsi, dan wisuda selain mahasiswa kebutuhan masyarakat umum juga masih tinggi hal ini dikarenakan banyak hari-hari yang dianggap spesial seperti ulang tahun, *valentine*, *anniversary* dan acara lainnya.

Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Secara umum produk adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi, baik

barang maupun jasa yang dapat diperjual belikan. Berdasarkan konsumennya dan produk apa yang dikonsumsi terbagi menjadi 4 jenis yaitu produk konsumsi, produk industri, produk berdasarkan wujud, dan produk berdasarkan daya tahan.¹¹⁷ Untuk buket sendiri masuk kedalam jenis produk konsumsi karena buket merupakan produk yang digunakan konsumen tingkat akhir (*end user*) produk yang dibeli tidak dijual kembali tetapi digunakan langsung oleh konsumen.

Berdasarkan wujudnya buket dapat dikategorikan sebagai barang dan jasa karena buket wujud fisiknya ada dan juga termasuk jasa karena para pelaku usaha juga menyediakan jasa untuk pembuatan *money bouquet* yang mana nilai jasa dihitung dari banyaknya jumlah uang yang di rangkai serta kesulitan dalam perangkaian buket itu sendiri. Berdasarkan daya tahan buket dikategorikan barang tahan lama jika buket menggunakan bahan yang tidak mudah rusak seperti bunga artificial, bunga satin, hijab, boneka dan lainnya, namun ada juga yang dikategorikan sebagai barang yang tidak tahan lama jika buket menggunakan bunga segar maka produk tidak akan bertahan lama hanya bertahan 3-7 hari.

Dalam pembuatan produk ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu produk harus cocok dengan keuangan pasar dan daya beli, dalam hal pembuatan produk para pelaku di Palangka Raya usaha buket telah menyesuaikan dengan keuangan dan daya beli hal itu dapat terlihat dari banyaknya varian buket yang dijual dengan harga yang berbeda-beda pula

¹¹⁷Rita Ambarwati dan Supardi, *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri....*hlm. 312

dari harga 8.000 untuk buket *snack* dan ada pula harga buket yang mencapai ratusan ribu rupiah, hal ini menyesuaikan dengan keuangan konsumen bagi konsumen yang memiliki dana terbatas maka dapat memilih buket dengan harga terjangkau dan untuk konsumen yang memiliki dana yang cukup maka dapat membeli buket dengan harga yang lumayan atau mahal.

Pencitraan produk juga harus dilakukan dengan baik, para pelaku usaha membuat buket dengan serapi mungkin dan semenarik mungkin dengan perpaduan warna yang pas sehingga dihasilkan buket yang cantik dan juga ada *packaging* sehingga ketika konsumen yang membeli buket produk yang dibeli tidak akan rusak diperjalanan karena ada *packaging* tersendiri yang melindunginya sehingga buket tetap baik dan menarik sampai di tempat tujuan. Selain itu produk juga harus seimbang dengan permintaan pasar, para pelaku usaha buket dalam memproduksi buket menyesuaikan dengan permintaan pasar jika permintaan pasar lebih banyak buket *snack* maka produksi buket *snack* lebih banyak dari buket lainnya, berdasarkan wawancara dan observasi peneliti ada banyak buket *snack* dan buket bunga artificial di bawah harga 50.000 rupiah yang terpajang di etalase toko hal itu dikarenakan produk buket bunga artificial dan buket *snack* yang lebih banyak diminati konsumen atau permintaan pasar pada jenis buket tersebut lebih tinggi.

Dalam menganalisis kualitas produk ada beberapa hal yang digunakan yaitu kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), fitur

(*features*), realibilitas (*realibility*), estetika (*esthetics*), dan kesan kualitas (*perceived quality*). Kinerja (*performance*) dan daya tahan (*durability*) buket dapat dikatakan baik hal itu diketahui dari hasil wawancara peneliti dengan 4 pelaku usaha buket dan konsumen buket sebagai informan, pelaku usaha dan konsumen buket mengatakan bahwanya buket dapat bertahan lama, jika buketnya adalah buket *snack*, buket boneka, buket hijab, ataupun buket bunga artificial, maka dari itu penjual menyediakan buket *ready* stok yang terpajang di etalase toko karena buket dapat bertahan lama. Sedangkan untuk buket bunga segar tidak ada yang *ready* stok hanya dibuat ketika konsumen melakukan pemesanan karena buket bunga segar ketahanannya tidak dapat bertahan lama berdasarkan pengakuan mbak N pemilik usaha buket Fleur.id buket bunga segar hanya bertahan 3-7 hari saja, dan untuk buket balon tergantung dari pemeliharaan dan penyimpanan balon, berdasarkan wawancara dengan mbak NA pemilik usaha buket Balloons.pky buket balon dapat bertahan dalam keadaan baik itu selama 3 bulan jika lebih dari itu maka balon akan menyusut.

Fitur (*features*) buket yaitu *packaging* yang menarik sehingga memudahkan konsumen untuk membawa buket yang dibeli sehingga buket tidak rusak jika dibawa di perjalanan ke tempat tujuan selain itu juga ada *hang tag* sehingga konsumen dapat menulis ucapan untuk seseorang yang mereka hadiahkan, semua pelaku usaha buket yang peneliti wawancara menyediakan *hang tag* untuk digunakan menulis ucapan untuk

seseorang yang dihadiahkan buket dan *hang tag* juga berguna untuk mempercantik tampilan buket itu sendiri.

Realibilitas (*realibility*) buket baik hal tersebut berdasarkan wawancara dengan 4 konsumen bahwa mereka mengatakan selama membeli buket dalam keadaan baik dan belum pernah menerima buket yang ada kerusakan atau kecacatan sehingga mereka mengakui puas dengan produk yang mereka beli bahkan mereka mengakui bahwa sudah sering membeli buket untuk hadiah di tempat buket yang sama.

Dari segi estetika (*esthetics*) buket menarik hal tersebut karena para pelaku buket membuat buket dengan perpaduan warna yang sesuai dengan isian buket dan bahan yang ditata sedemikian rapi sehingga menghasilkan buket yang menarik, berdasarkan wawancara dengan 4 konsumen buket penampilan buket yang menarik merupakan salah satu alasan mengapa mereka lebih memilih buket untuk dijadikan hadiah dibandingkan hadiah yang lain.

Kesan kualitas (*perceived quality*) buket berdasarkan wawancara dengan konsumen baik mereka mengatakan kualitas buket itu sendiri baik karena penampilan rapi dan menarik, tidak mudah patah dan lepas, dan isian buketpun ditata dengan sedemikian rupa sehingga buket yang dihasilkan berkualitas dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dikarenakan para pelaku buket mengakui bahwa mereka memakai bahan yang berkualitas untuk menghasilkan buket yang berkualitas pula bahkan salah satu pelaku usaha buket mbak N pemilik usaha buket Fleur.id

mengakui dalam pemilihan lem untuk buket saja mereka mencoba beberapa kali, jika dirasa lem mudah copot maka akan diganti dengan lem yang lain yang lebih kuat hal tersebut dilakukan agar buket yang dihasilkan berkualitas meski dengan harga yang terjangkau.

Oleh karena itu peluang usaha ini tidak hanya dilihat dari kualitas produk tapi juga dari kualitas jasa pula. Jasa merupakan layanan yang ditawarkan untuk diambil manfaatnya oleh dari satu pihak ke pihak yang lain. Menurut Tjiptono ada lima faktor penentu kualitas jasa yaitu berwujud (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*). Para pelaku usaha buket selain menjual produk buket juga menyediakan jasa pembuatan *money bouquet*, yang mana biaya jasa dihitung dari banyaknya jumlah uang yang diminta oleh konsumen.

Berwujud (*tangible*) berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat. Berdasarkan wawancara dan observasi peneliti ke 4 pelaku usaha buket mereka menerima jasa pembuatan *money bouquet* dan para pelaku mempunyai peralatan yang cukup untuk pembuatan *money bouquet* seperti gunting, kertas cellophane, lem, pita, dan bahan-bahan lainnya.

Empati (*emphaty*) yaitu kesediaan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan. Berdasarkan wawancara dan observasi peneliti ke 4 pelaku usaha buket mereka mengakui jika ada konsumen yang melakukan pesanan buket maka

akan ditanya sedetail mungkin baik dari segi jumlah, warna, dan jenis bahan yang digunakan agar tidak ada kesalahan dalam pembuatan buket. Berdasarkan wawancara dengan 4 konsumen buket yang berbeda yaitu N, NH, MI, dan TKO mereka mengakui puas dengan buket yang mereka pesan ke pelaku usaha buket karena sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Para pelaku usaha buket mengakui bahwa dalam pelayanan mereka cepat dan tanggap dan berdasarkan wawancara dengan konsumen buket mereka mengakui bahwa dalam pelayanan mereka dilayani dengan cepat dan tanggap ketika konsumen datang ke toko penjual langsung melayani tanpa harus menunggu lama, sedangkan untuk pembalasan chat yang dikirimkan konsumen dapat dikatakan cepat bahkan pengakuan mbak NS pemilik usaha buket Broensis dan mbak S pemilik usaha Skr.flowproject mengakui bahwa chat akan langsung dibalas ketika ada chat masuk dan paling lambat 10-20 menit ketika ada kesibukan, untuk usaha buket Fleur.id pembalasan chat dalam waktu kurang lebih sejam hal tersebut berdasarkan pengakuan konsumen TKO yang beberapa kali melakukan pembelian di Fleur.id hal tersebut juga diakui mbak N karena mereka belum mempunyai admin khusus untuk membalas chat dari konsumen. Untuk usaha buket Ballons.pky juga membalas chat dari konsumen dalam waktu 1-2 jam.

Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dalam memberikan layanan yang konsisten, akurat dan memuaskan. Para pelaku usaha buket berusaha untuk selalu ramah terhadap konsumen berdasarkan pengakuan subjek yaitu 4 pelaku usaha buket mereka selalu berusaha ramah kepada konsumen baik dalam pelayanan di toko ataupun ketika membalas *chat* konsumen agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Berdasarkan pengakuan konsumen buket mereka puas dengan pelayanan yang diberikan ketika mereka datang maka dilayani dengan baik dan dalam membalas *chat* pun dilayani dan ditanggapi dengan baik.

Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kompetensi, dan sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya, dan resiko. Berdasarkan wawancara kepada 4 pelaku usaha buket para pelaku usaha mengakui bahwa ada memberikan garansi pada setiap produk yang dibeli oleh konsumen, namun berdasarkan pengakuan konsumen yang peneliti wawancara hanya mbak TKO yang mengetahui adanya garansi sedangkan 3 orang lainnya yaitu mbak N, NH, dan MI tidak mengetahui adanya garansi produk.

2. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Minat dan Daya Beli Konsumen

Minat adalah suatu kondisi dimana adanya kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Minat beli konsumen menurut Kotler adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana akan timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat dimilikinya.

Berdasarkan wawancara dengan 4 konsumen buket yaitu N, NH, MI, dan TKO mereka tertarik dengan buket dikarenakan bentuknya unik dan menarik, buket dianggap sangat cocok sebagai hadiah untuk teman atau keluarga dikarenakan bentuknya unik dan menarik, ada banyak varian dan harganya pun terjangkau. Minat para konsumen usaha buket dapat dikategorikan sebagai minat personal/bawaan hal tersebut karena konsumen buket membeli buket dikarenakan kebutuhan untuk hadiah teman ataupun keluarga.

Faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu perbedaan pekerjaan , sosial ekonomi, hobi dan kegemaran, perbedaan jenis kelamin, dan perbedaan usia. Berdasarkan wawancara dan observasi perbedaan pekerjaan dan sosial ekonomi mempengaruhi minat beli kalangan ibu-ibu kantoran lebih memilih buket dengan harga 100.000 rupiah atau lebih karena buket dengan harga tersebut lebih besar dan cantik. Perbedaan jenis kelamin juga mempengaruhi minat beli konsumen laki-laki lebih berminat pada buket dengan desain yang simpel dengan isian buket seperti kopi, *snack*, dan rokok, sedangkan konsumen perempuan lebih berminat pada buket yang memiliki desain menarik, unik, dan rapi seperti buket *make up*, hijab, bunga, boneka, dan balon. Perbedaan usia pun dapat mempengaruhi minat beli, berdasarkan wawancara dengan S pemilik usaha buket Skr.flowproject untuk kalangan anak muda lebih banyak memilih buket *snack* dan bunga dengan harga standar namun untuk kalangan orang tua mereka lebih banyak memilih buket uang dengan kisaran harga 150.000 –

2.000.000, hal tersebut juga diakui oleh konsumen TKO, MI, NH bahwa mereka lebih sering membeli buket snack, dan bunga dibawah harga 50.000 karena menyesuaikan dengan *budget* yang dimiliki.

Minat pembelian buket konsumen digolongkan sebagai minat eksploratif hal itu berdasarkan wawancara konsumen buket bahwa mereka mengakui ketika mereka akan membeli buket maka terlebih dahulu mencari dan melihat produk di media sosial untuk melihat varian dan harga-harga buket kemudian menanyakan ketersediaan produk kepada penjual buket jika tersedia maka langsung datang ketoko untuk melakukan pembelian.

Daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu, dan dalam periode tertentu. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen buket yaitu pendapatan, harga, kualitas produk, dan lokasi usaha. Pendapatan konsumen juga mempengaruhi pembelian konsumen terhadap buket berdasarkan pengakuan konsumen buket mereka akan membeli buket dengan harga yang lumayan jika mereka memiliki dana yang mencukupi namun ketika mereka memiliki dana yang terbatas maka buket dengan harga murah akan menjadi pilihan.

Berdasarkan wawancara dengan konsumen buket mereka mengakui bahwa mereka memilih untuk membeli buket sebagai hadiah dibandingkan hadiah yang lain dikarenakan harganya yang terjangkau, ada varian produk dan bentuknya yang unik dan menarik. Harga buket sangat mempengaruhi

terhadap keputusan pembelian hal tersebut berdasarkan pengakuan konsumen buket TKO bahwa sebelum melakukan pembelian maka terlebih dahulu melihat media sosial yang digunakan penjual buket untuk mempromosikan produknya jika dirasa harga buket sesuai dengan kualitas buket maka konsumen pun akan memutuskan untuk melakukan pembelian buket tersebut.

Selain faktor harga, kualitas buket juga menjadi pertimbangan penting terhadap keputusan pembelian konsumen buket meski buket yang ditawarkan dengan harga yang murah akan tetapi jika kualitas buket kurang maka konsumen buket berpikir ulang untuk melakukan pembelian. Kualitas buket sangatlah penting baik dari segi bahan untuk pembuatan buket, kerapian dalam pembuatan, serta pemilihan warna untuk buket itu sendiri pun tak bisa diabaikan pelaku usaha buket harus bisa menyesuaikan bahan buket dengan isian dari buket itu sendiri agar keestetikan buket terlihat dan menarik bagi siapa yang melihatnya karena meski buket yang ditawarkan murah namun kualitas yang dihasilkan kurang seperti bahan yang kurang bagus, produknya mudah copot atau patah, *wrapping* yang tidak rapi serta pemilihan warna buket yang tidak sesuai maka membuat buket tidak menarik dan kurang berkualitas sehingga dapat membuat konsumen buket ragu bahkan memilih untuk tidak melakukan pembelian.

Selain itu lokasi usaha buket juga berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen buket, pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha buket dikarenakan lokasi yang strategis

akan memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi usaha yang akan mempengaruhi daya belinya. Berdasarkan wawancara terhadap konsumen buket yaitu mbak MI mengakui lokasi usaha menjadi salah satu pertimbangan penting untuk melakukan keputusan pembelian buket, konsumen akan memilih usaha buket yang lebih dekat daripada usaha buket yang tempat usaha berada jauh dari tempat mereka tinggal. Oleh karena itu lokasi usaha buket sangatlah penting karena akan mempengaruhi daya beli konsumen berdasarkan observasi peneliti beberapa lokasi usaha buket dapat dikatakan strategis karena dekat dengan jalan utama dan juga dekat dengan kampus yaitu usaha buket Broensis yang beralamat di jalan Kecubung dan Fleur.id yang beralamat di jalan. G. Obos IX sehingga hal ini sangatlah baik dikarenakan pangsa pasar buket itu sendiri salah satunya mahasiswa. Peminat buket dikalangan mahasiswa sangatlah banyak hal itu dapat terlihat dari acara-acara kampus seperti seminar proposal, sidang skripsi, dan wisuda akan selalu ada buket yang dijadikan hadiah sebagai ucapan selamat.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa buket banyak diminati oleh masyarakat dan daya beli masyarakat terhadap buket pun baik karena buket memiliki desain yang unik dan menarik, harga yang terjangkau dan bervariasi, serta lokasi yang strategis sehingga membuat buket diminati oleh masyarakat.

3. Peluang Usaha Buket Kreatif Berdasarkan Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strength*)

Berdasarkan pengakuan konsumen buket yang peneliti wawancara yaitu N,NH, MI, dan TKO salah satu alasan memilih buket sebagai hadiah yaitu karena harga buket yang terjangkau buket dijual dengan harga mulai dari 8.000 harga tersebut sangat terjangkau dan cocok bagi yang memiliki *budget* terbatas. Produk dari buket itu sendiri bervariasi ada banyak jenis buket yang dijual dengan harga yang bervariasi pula mulai dari buket camilan, permen, coklat, hijab, bunga, boneka, balon, sendal, bahkan bumbu dapurpun ada dan masih banyak lagi jenis buket yang lainnya, hal ini membuat konsumen dapat memilih buket sesuai keinginan dan kebutuhan dengan menyesuaikan *budget* yang ada. Desain dari buket pun menarik ada banyak jenis dan bentuk dari buket itu sendiri yang mana satu jenis buket bisa mempunyai bentuk yang berbeda pada setiap pelaku usaha karena pembuatan buket bergantung dari kreativitas pelaku usaha itu sendiri meski jenis yang sama namun belum tentu bentuk desain dan kerapian buket itu sendiri sama. Selain itu pangsa pasar buket itu sendiri juga luas dari semua kalangan dari yang muda sampai yang tua bisa untuk mengahadiahi atau dihadiahi buket.

Pelaku usaha buket juga menerima fast order berdasarkan pengakuan N pemilik usaha Fleur.id mengatakan bahwa mereka ada dan menerima *fast order* yang mana dalam waktu 15 menitpun bisa untuk diambil namun hal tersebut juga tergantung dari jenis buket yang dipesan, jenis buket tercepat untuk dibuat yaitu buket snack dan

untuk waktu yang lumayan lama yaitu buket uang karena uang harus dalam keadaan rapi saat di jadikan buket sedangkan tidak semua uang yang dimiliki kualitasnya baik, hal tersebut juga diakui oleh pemilik usaha Skr.flowproject yang mana mengatakan bahwa untuk buket uang itu membutuhkan waktu yang lumayan lama untuk pengerjaan karena mereka tidak mempunyai banyak stok uang dan juga terkadang uang yang mereka miliki tidak semua rapi dan bersih jadi harus mereka cuci lalu dikeringkan lagi agar mendapatkan uang yang bersih dan rapi sehingga buket terlihat cantik dan menarik. Untuk usaha buket Baloons.pky berdasarkan pengakuan mbak NA pernah menerima *fast order* dalam waktu 2 jam sudah bisa diambil dan untuk usaha buket Broensis berdasarkan pengakuan NS mereka juga menerima pesanan buket namun tidak secepat Fleur.id, Skr.flowproject, dan Balloons.pky misal konsumen pesan pagi hari sorenya sudah bisa diambil.

Modal untuk usaha buketpun terbilang kecil berdasarkan pengakuan 4 pelaku usaha buket yang peneliti wawancara yaitu N, NS, NA, dan S mereka hanya membutuhkan modal 500.000 untuk memulai usaha buket, oleh karena itu siapa saja bisa memulai usaha buket tanpa harus takut terkendala modal yang besar.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan usaha buket yaitu yaitu bahan baku hanya ada di luar daerah oleh karena itu pelaku usaha buket harus menunggu jika akan melakukan pemesanan bahan baku sehingga jika pelaku usaha

kehabisan bahan baku maka mereka harus menunggu. Selain itu juga masih kurangnya tenaga kerja, pelaku usaha buket mengerjakan sendiri atau dibantu oleh anggota keluarga dalam pembuatan buket-buket yang mereka tawarkan dan berdasarkan pengakuan N selaku pemilik usaha buket Fleur.id yang telah mempunyai 2 karyawan masih kewalahan dalam menangani pesanan, untuk usaha buket Skr.flowproject dan Broensis masih dibantu oleh anggota keluarga dalam pengerjaan pesanan buket, dan usaha buket Balloons.pky pesanan buket masih dikerjakan sendiri oleh NA karena belum mempunyai karyawan.

c. Peluang (*opportunities*)

Peluang usaha buket yaitu banyaknya acara formal atau non formal yang diadakan yang mana buket dapat menjadi salah satu pilihan untuk dijadikan sebagai hadiah. Selain itu pola dan gaya hidup yang berkembang gaya hidup masyarakat yang menyukai keindahan dan budaya merayakan hari-hari tertentu sebagai hari istimewa yang akan membuat kebutuhan akan buket meningkat dan membuat peluang usaha buket itu sendiri besar. Islam memberikan keleluasaan umatnya dalam berusaha selama tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariat, banyak hadits dan ayat-ayat dalam Al-Qur'an tentang anjuran berusaha salah satunya yaitu QS. At-Taubah ayat 105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ

إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

"Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."" (QS. At-Taubah 9: Ayat 105)¹¹⁸

Dari ayat diatas menunjukkan bahwa manusia diwajibkan untuk bekerja sebagai pemenuhan kebutuhan hidupnya. Ada banyak jenis pekerjaan yang dapat dicoba dan dilakukan salah satunya yaitu usaha buket kreatif yang mana peluang usaha buket itu sendiri dapat dikatakan masih besar dikarenakan banyaknya acara-acara yang diadakan baik formal ataupun non formal yang mana buket menjadi salah satu pilihan hadiah untuk diberikan kepada seseorang yang dianggap layak menerimanya. Usaha buket dapat menjadi pilihan usaha bagi siapa saja yang ingin memulai usaha karena modal yang dikeluarkan untuk usaha ini terbilang kecil hal itu berdasarkan pengakuan para pelaku usaha buket yang telah terlebih dahulu memulai usaha mereka hanya mengeluarkan modal awal 500.000 rupiah untuk memulai usaha buket.

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman (*threats*) usaha buket yaitu pesaing usaha buket berdasarkan pengakuan pelaku usaha buket modal yang dikeluarkan untuk usaha buket terbilang kecil jadi siapa saja dapat memulai usaha ini dan memungkinkan banyaknya pelaku usaha buket itu sendiri.

¹¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Bandung: Cordoba, 2020, hlm.

Selain itu konsumen yang mulai bosan juga menjadi ancaman terhadap kelangsungan usaha buket itu sendiri.

Berikut faktor internal dan eksternal usaha buket kreatif di kota Palangka Raya

Tabel 4.6

Faktor Internal

Kekuatan (<i>strength</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
Harga terjangkau	Bahan baku di luar daerah
Produk bervariasi	Keterbatasan tenaga kerja
Desain unik dan menarik	
Lokasi strategis	
Pangsa pasar luas	
Modal usaha kecil	
Menerima fast order	

Tabel 4.7

Faktor Eksternal

Peluang (<i>opportunity</i>)	Ancaman (<i>threat</i>)
Banyak acara formal dan non formal	Konsumen yang mulai bosan
Pola dan gaya hidup yang berkembang	Pesaing

Tabel 4.8

Matriks SWOT

Faktor internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Produk bervariasi 3. Desain unik dan menarik 4. Lokasi strategis 5. Pangsa pasar luas 6. Modal usaha kecil 7. Menerima fast order 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku di luar daerah 2. Keterbatasan tenaga kerja
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak acara formal dan non formal 2. Pola dan gaya hidup yang berkembang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti trend buket yang sedang berkembang saat ini 2. Menjaga kualitas produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekrut tenaga kerja baru

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Konsumen yang mulai bosan 2. Pesaing	1. Melakukan inovasi produk baik dari jenis dan model buket 2. Promosi melalui berbagai media	1. Membeli lebih banyak bahan baku untuk stok bahan sehingga tidak akan kehabisan bahan baku jika pesanan sedang meningkat 2. Menjaga kepuasan pelanggan

e. Alternatif Strategi

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang nampak pada matriks SWOT yang dipertimbangkan. Diantaranya sebagai berikut :

1) Strategi SO (Strength – Opportunity)

Strategi SO (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang.

a) Mengikuti Trend Buket yang Sedang Berkembang Saat Ini

para pelaku usaha buket dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini untuk melihat dan mengetahui trend buket yang sedang berkembang saat ini sehingga akan ada inovasi baru yang

akan membuat konsumen tidak akan bosan dengan produk yang monoton.

b) Menjaga Kualitas Produk

Para pelaku usaha buket hendaknya selalu menjaga kualitas buket, meski menawarkan harga yang terjangkau namun kualitas produk harus selalu di jaga karena bagi konsumen kualitas merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan utama dalam pembelian buket.

2) Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi W – O (Weakness-Opportunity) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang.

a) Merekrut Tenaga Kerja Baru

Para pelaku usaha dapat merekrut tenaga kerja baru sehingga tidak kewalahan atau kekurangan tenaga kerja untuk pengerjaan pesanan dari konsumen.

3) Strategi ST (Strength – Threat)

Strategi ST (*Strength – Threat*) atau strategi kekuatan ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman.

a) Melakukan Inovasi Produk Baik dari Jenis dan Model Buket

Pelaku usaha buket hendaknya selalu melakukan inovasi produk baik dari jenis dan model buket agar konsumen tidak bosan dan akan selalu ada model baru yang ditampilkan.

b) Promosi Melalui Berbagai Media

Promosi merupakan hal yang tidak bisa diabaikan karena sebagus apapun produk jika konsumen tidak mengetahui maka produk tersebut tidak akan terjual, oleh karena itu promosi sangatlah penting untuk mengenalkan dan memberitahukan kepada calon konsumen sehingga kesempatan untuk konsumen melakukan pembelianpun akan semakin besar. Oleh karena itu pelaku usaha hendaknya tidak hanya mempromosikan di satu media saja akan tetapi di berbagai media agar produk semakin di kenal luas di masyarakat.

4) Strategi WT (Weakness – Threat)

Strategi WT (*Weakness–Threat*) atau strategi kelemahan ancaman adalah strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman.

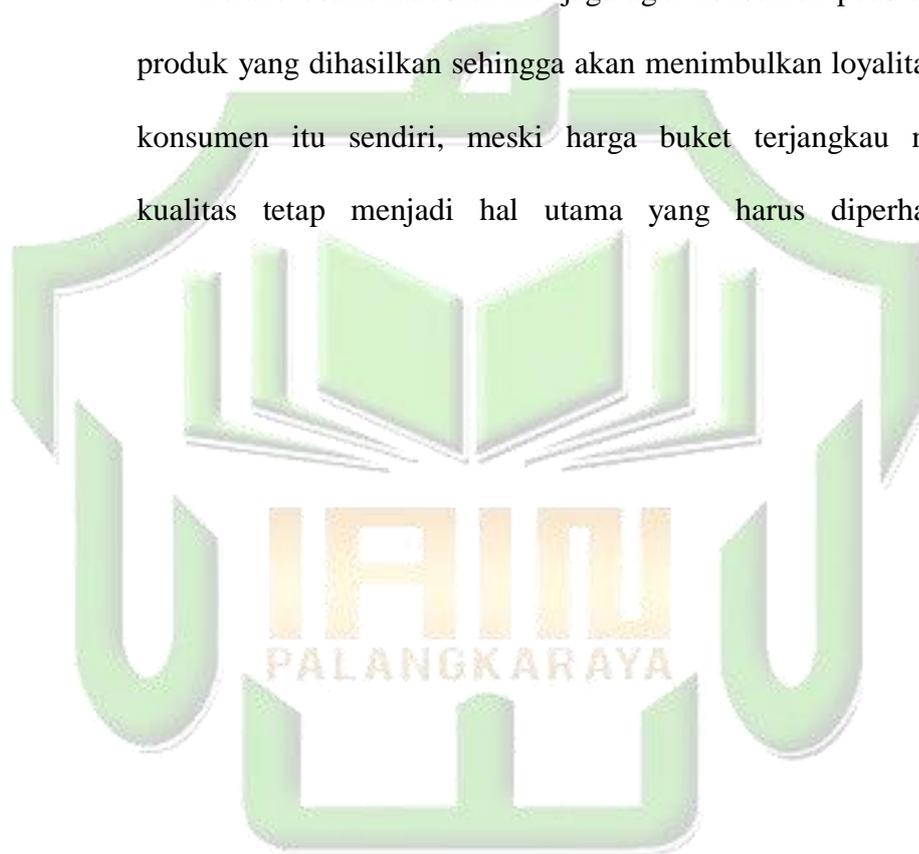
a) Membeli Lebih Banyak Bahan Baku Untuk Stok Bahan Sehingga Tidak Akan Kehabisan Bahan Baku Jika Pesanan Sedang Meningkat

Untuk bahan baku buket saat ini belum ada supplier di dalam daerah hanya ada di luar daerah oleh karena itu para pelaku usaha buket hendaknya membeli bahan baku untuk stok dengan jumlah

yang lumayan yang diperkirakan tidak akan sampai kehabisan karena jika stok bahan baku buket kehabisan maka pelaku usaha buket harus harus menunggu beberapa hari sehingga pesanan dari konsumen pun akan tertunda.

b) Menjaga Kepuasan Pelanggan

Pelaku usaha haruslah menjaga agar konsumen puas dengan produk yang dihasilkan sehingga akan menimbulkan loyalitas dari konsumen itu sendiri, meski harga buket terjangkau namun kualitas tetap menjadi hal utama yang harus diperhatikan.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Produk buket cocok dengan keuangan pasar karena bervariasi dari yang murah sampai yang mahal sehingga cocok untuk semua kalangan. Produksi buket menyesuaikan dengan permintaan pasar, kinerja dan daya tahan produk baik produk dapat bertahan lama dengan perawatan yang baik. Buket juga dilengkapi dengan *packaging* menarik sehingga memudahkan konsumen agar buket tidak mudah rusak ketika dibawa ke tempat tujuan. Reabilitas, estetika dan kesan kualitas terhadap buket juga baik, buket di buat dan ditata serapi mungkin sehingga menghasilkan buket yang menarik dan membuat konsumen puas dengan produk buket yang dihasilkan. Buket juga telah memenuhi faktor penentu kualitas jasa yaitu berwujud (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*).
2. Buket banyak diminati oleh masyarakat dan daya beli terhadap buket pun baik karena buket memiliki desain yang unik dan menarik harga yang terjangkau dan bervariasi, dan lokasi usaha yang strategis sehingga membuat buket diminati oleh masyarakat.

3. Berdasarkan analisis SWOT peluang usaha buket kreatif di kota Palangka Raya memiliki prospek yang baik kedepannya dengan terus berinovasi mengikuti trend yang terus berkembang dan menjaga kepuasan konsumen baik dari pelayanan ataupun dari kualitas produk buket itu sendiri, selain itu melakukan promosi dengan berbagai media sehingga produk lebih di kenal luas lagi oleh masyarakat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

1. Para pelaku usaha diharapkan melakukan pencatatan keuangan dengan terperinci agar dapat mengetahui kondisi finansial usaha dan untuk efisiensi modal yang digunakan.
2. Para pelaku usaha buket diharapkan tidak melipat, mengelem, ataupun menstaples uang, jikapun ingin menggunakan uang asli dalam pembuatan buket maka harus dalam bentuk yang utuh hal tersebut berdasarkan peraturan dari Bank Indonesia
3. Bagi masyarakat, usaha buket dapat menjadi alternatif lapangan pekerjaan mengingat biaya investasinya tidak terlalu besar dan kebutuhan masyarakat akan buket masih tinggi.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan penelitian dengan topik atau dengan tema yang sama, disarankan untuk melakukan kajian menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Bungin Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2003.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Bandung: Cordoba. 2020.
- D. Hajjah, Made Dharmawati. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.
- Firmansyah, Anang dan Didin Fatihudin. *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Deepublish. 2019.
- Maryati. *Modul pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*. Cirebon: Syntax Computama. 2020.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2015.
- Nasution. *Metodologi Research (Penelitian Ilmiah)*. Bandung: Bumi Aksara. 2014.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama. 2006.
- Ridwan. *Tingkat Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*. Sumatera Barat. 2021.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Unika Atma Jaya. 2019.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategis*. Bandung: PT Refika Aditama. 2016.
- Setiawan, Albi Anggito dan Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: jejak. 2018.
- Sodik, Sandu Siyoto dan Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian*. Bandung :Alfabeta. 2017

Supardi, dan Rita Ambarwati. *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta. 2020.

Trygu. *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Bandung : Guepedia. 2021.

Wijayanti, Hasna. *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. 2019.

B. Jurnal

Amalia, Fitri. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*. jurnal Ilmu Ekonomi Syariah. 2014.

Amrullah dkk. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol.13. 2016.

Andriyanto, Istiqomah dan Irsyad. *Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. vol.5 No.2. 2017.

Hernaningsih, Fery. *Pengaruh Kestabilan Inflasi dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat*. Jurnal M-progress. Universitas Muhammad Husni Thamrin. Jakarta. 2018.

Soegoto, Agus Supandi dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Jurnal EMBA Vol.6 No.3. Manado. 2018.

Syamruddin. *Analisis Peluang dan Tantangan serta Prospek Bisnis PT Citra Karsa Integritas Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran*. Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Humaniora. Vol. 1, No. 2. 2018.

C. Skripsi

Budiman, Tri. *Analisis SWOT pada Usaha Kecil dan Menengah*. Skripsi. Lampung: Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung. 2017.

Handoyo, Dodi. *Potensi dan Peluang Usaha Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sei Buluh Kabupaten Serdang Bedagai)*. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. 2019.

Kurniati, A. Mila. *Analisis Peluang Usaha Komoditas Hortikultura Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. 2017.

Mustafa. *Analisis Peluang Usaha Burung Walet di Kecamatan Tikke Raya Kabupaten Pasangkayu*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar. 2020.

Musyawirah, S.T. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli di Masyarakat di Pasar Senggol Kota Makassar*. Skripsi. Universitas Islam negeri Makassar. 2016.

Oktaviana, Nita. *Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya*. Skripsi. Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. 2017.

Wahyuni, Muhammad. *Peluang Usaha Pizza Buah di Kota Palangka Raya*. Skripsi. Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. 2019.

Wicaksono, Satria Adhi. *Pengaruh merek dan desain terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. 2015.

D. Internet

<http://Kbbi.web.id> diakses pada 02-09-2021 pukul 10:28

<https://news.detik.com/berita/d-3485251/karangan-bunga-dari-masa-ke-masasimbol-perasaan-hingga-spiritual>. diakses pada 30-05-2022 pukul 08:00

<https://palangkaraya.go.id/> diakses pada 18-03-2022 pukul 10:30

<https://www.nusabali.com>, diakses pada 01-12-2021 pukul 09:00

<https://www.prestisa.com/sejarah-bouquet-bunga/> diakses pada 30-05-2022 pukul 07:39