

Strategi Pengembangan Usaha Bunga Krisan di Five Florist Berbasis *Business Model Canvas*

Shafora Nurmal Devi^{1*}, Didik Widiyantono², Dyah Panuntun Utami³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: mala43443@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Merumuskan hasil analisis model bisnis di Five Florist berbasis BMC, 2) Merumuskan hasil analisis faktor IFAS Five Florist berdasarkan analisis BMC, 3) Merumuskan hasil analisis faktor EFAS Five Florist berdasarkan analisis BMC, 4) Merumuskan strategi pengembangan usaha Five Florist berdasarkan analisis SWOT dan 5) Merumuskan alternatif strategi Five Florist melalui analisis QSPM. Metode penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Metode analisis data yang digunakan bersifat kualitatif menggunakan Business Model Canvas (BMC), Analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan 1) Penerapan *Business Model Canvas* yang dilakukan Five Florist sudah tepat dilakukan pada 9 elemen, yaitu Sumber daya kunci (*Key Partner*), Aktivitas kunci (*Key Activity*), Proposisi nilai (*Value Proposition*), Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relationship*), Segmen pelanggan (*Customer Segmen*), Sumber daya utama (*Key Resource*) Saluran (*Channel*), Struktur biaya (*Cost Structure*) dan Aliran pendapatan (*Revenue Stream*). Five Florist masih lemah dalam memanfaatkan *channel*, Five Florist hanya menggunakan media *whatsapp* sebagai transaksi penjualan dan promosi secara *online*, 2) Faktor kekuatan utama Five Floris adalah kualitas bunga krisan dengan skor 0,51. Sedangkan faktor kelemahan utama adalah merk belum dikenal masyarakat secara luas dengan skor 0,11. 3) Faktor peluang utama Five Florist adalah moment dihari besar dapat meningkatkan omzet dengan skor 0,54. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Five Florist pesaing bunga krisan yang cukup banyak dengan skor 0,20. 4) Usaha Five Florist berada pada posisi sel II, dimana strategi yang baik untuk digunakan adalah tumbuh dan kembangkan, strategi ini terdiri dari strategi integrasi dan strategi intensif. 5) Prioritas alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha bunga krisan di Five Florist yaitu memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus, memanfaatkan berkembangnya teknologi *digital marketing* untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran *online* Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan *online* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan dan menambah mitra pemasaran di dalam kota atau luar kota pada tempat tertentu seperti tempat pariwisata atau pasar bunga untuk menjangkau pelanggan potensial.

Kata kunci: bunga krisan, BMC, SWOT, QSPM

ABSTRACT

This research aims to: 1) Formulate the results of the business model analysis at Five Florist based on BMC, 2) Formulate the results of the IFAS factor analysis of Five Florist based on BMC analysis, 3) Formulate the results of the EFAS factor analysis of Five Florist based on BMC analysis, 4) Formulate Five Florist's business development strategy based on SWOT analysis and 5) Formulate alternative strategies for Five Florist through QSPM analysis. The method of determining the research location was done intentionally (purposive sampling). The data analysis method used is qualitative using Business Model Canvas (BMC), SWOT Analysis and QSPM. The results of the study show 1) The application of the Business Model Canvas carried out by Five Florist is appropriate in 9 elements, namely Key Partners, Key Activities, Value Proposition, Customer Relationship, Customer Segment, Key Resources, Channels, Cost Structure and Revenue Stream. Five Florist is still weak in utilizing channels, Five Florist only uses WhatsApp media for online sales transactions and promotions, 2) The main strength factor of Five Florist is the quality of chrysanthemum flowers with a score of 0.51. While the main weakness factor is that the brand is not widely known to the public with a score of 0.11. 3) The main opportunity factor for Five Florist is that moments on big days can increase turnover with a score of 0.54. While the threat to Five Florist is the considerable number of chrysanthemum flower competitors with a score of 0.20. 4) Five Florist's business is in cell II position, where a good strategy to use is grow and develop, this strategy consists of integration strategies and intensive strategies. 5) The priority of alternative strategies that can be used in developing the chrysanthemum flower business at Five Florist are utilizing the quality of chrysanthemum flower colors for chrysanthemum flower development which can be done by providing bouquet arrangement packages for special moments, taking advantage of the development of digital marketing technology to optimize Five Florist's online promotion and marketing, including the use of social media, SEO, quality content, and online advertising to reach a wider target market and increase sales turnover and add marketing partners in or out of town at certain places such as tourist attractions or flower markets to reach potential customers.

Keywords: chrysanthemum, BMC, SWOT, QSPM.

I. PENDAHULUAN

Krisan (bunga aster/seruni) merupakan salah satu jenis bunga potong yang berasal dari jepang dan memiliki julukan *Queen Of The East* karena keindahan dan khasiat bunganya. Varietas krisan seperti *Chrysanthemum indicum* (kuning), *Chrysanthemum morifolium* (ungu dan pink), dan *Chrysanthemum daisy* (bulat, ponpon). Tingginya permintaan tanaman hias menjadikan usaha di bidang pengadaan tanaman hias menjanjikan keuntungan yang besar, salah satu tanaman

hias yang populer dan banyak disukai adalah bunga krisan (Kusumaningtyas et al., 2019). Bunga Krisan banyak dibudidayakan masyarakat Indonesia yang dapat digunakan untuk bahan rangkaian bunga, vas bunga dan dekorasi ruangan. Tabel 1 menunjukkan data produksi Bunga Krisan di Jawa Tengah 2022.

Tabel 1. Data Produksi Bunga Hias di Jawa Tengah 2022

Kabupaten	Produksi Bunga Hias			
	Anthurim	Gerbega	Krisan	Mawar
Karanganyar	263.930	35.683	1.046.040	179.849
Semarang	8.722	108.425.700	111.558.600	3.861.346
Wonosobo	6.450	11.900	4.850.000	15.120
Pemalang	6.120	0	6.600	54.965
Banyumas	1.956	0	0	128.487

Sumber: (Badan Statistik Pusat Jawa Tengah, 2022)

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa di Jawa Tengah produksi tertinggi pada bunga potong adalah bunga Krisan. Kabupaten Wonosobo menduduki produksi tertinggi kedua setelah kota Semarang. Menurut BPS 2022, Wonosobo mampu memproduksi sebanyak 4.850.000 tangkai bunga Krisan, meningkat sebanyak 2.293.030 dibandingkan tahun 2021.

Five Florist adalah salah satu usaha bunga krisan yang berlokasi di Tembelang, Wonosobo, Jawa Tengah, 56314. Didirikan pada tahun 2012, usaha ini telah berkembang menjadi salah satu produsen bunga krisan di Wonosobo. Usaha ini mengkhususkan pada budidaya bunga krisan tipe spray seperti *Spray daisy chrysanthemum* warna putih, kuning, merah. *Spray button chrysanthemums* warna putih dan pink. *Spray pompom chrysanthemums* warna kuning. Tipe standar ada *Spoon chrysanthemums* warna pink. Liniker kuning, Fiji putih. Selama kegiatan usahanya, Five Florist mempunyai masalah internal dan eksternal. Masalah internal yang dihadapi dalam hal pemasaran, Five Florist sangat bergantung pada *whatsapp* sebagai satu-satunya saluran untuk transaksi dan promosi. Pendekatan ini membatasi jangkauan pasar dan mengurangi visibilitas *brand* di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, penggunaan teknologi yang masih sederhana pada Five Florist dalam budidaya bunga krisan meliputi sistem irigasi manual dengan selang dan alat semprot. Pemupukan, penggunaan pupuk organik dan kimia dengan

cara ditebar manual disekitar tanaman bunga krisan. Pemangkasan Manual, pemangkasan tunas, daun, atau ranting secara manual menggunakan alat pemangkas sederhana seperti gunting taman. Pemangkasan ini dilakukan untuk meningkatkan produksi bunga dan menjaga kebersihan tanaman. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya pengawasan yang dilakukan terhadap bunga krisan selama kegiatan budidaya, sehingga berdampak langsung terhadap pertumbuhan bunga krisan.

Usaha Five Florist menghadapi beberapa tantangan eksternal, yang berpotensi mempengaruhi kondisi internal Five Florist jika tidak diantisipasi dengan baik. Tanaman ini sangat rentan terhadap serangan hama dan penyakit, terutama ketika kelembaban udara melebihi 80%. Kondisi ini dapat mengakibatkan penurunan hasil produksi, baik dari segi jumlah maupun kualitas bunga krisan. Untuk mengatasi serangan penyakit, Five Florist menggunakan pestisida dalam jumlah yang tinggi. Namun, hal ini membawa konsekuensi berupa peningkatan biaya operasional yang dapat mempengaruhi profitabilitas usaha. Selain itu, Five Florist juga harus menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan munculnya banyak pesaing baru di pasar bunga krisan. Situasi ini disebabkan adanya *trend* tanaman hias yang cepat berubah, mengharuskan Five Florist untuk terus beradaptasi dengan preferensi pasar yang dinamis. Sehingga, Five Florist harus persaingan dalam harga yang ketat, mempertahankan standar kualitas yang tinggi, menyediakan variasi jenis bunga yang beragam, serta mengembangkan *branding* yang kuat untuk membedakan diri dari pesaing.

Berdasarkan keadaan tersebut, Five Florist perlu melakukan perencanaan strategi pengembangan usaha dengan melakukan analisa atas model bisnis yang sedang dijalankan dan merancang model bisnis yang tepat dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Model bisnis ini dapat memprediksi peluang atau ancaman yang akan datang sehingga membantu dalam mengambil keputusan yang lebih akurat. Perumusan *Business Model Canvas* dapat dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Identifikasi akan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT kemudian akan

dievaluasi secara objektif dengan menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak sehingga ditetapkan keputusan strategi mana yang terbaik menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Qanita, 2020). Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Bunga Krisan Di Five Florist Berbasis Business Model Canvas”.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan yakni bulan Januari sampai April tahun 2024. Tempat penelitian di Five Florist terletak di Tembelang, Wonosobo, Jawa Tengah. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Kabupaten Wonosobo dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki dua usaha bunga krisan yang signifikan, yaitu Elsa Flower dan Five Florist. Keputusan ini didasarkan pada hasil pra-survey yang telah dilakukan sebelumnya. Terdapat perbedaan antara kedua usaha ini, terutama dalam hal pengalaman operasional. Five Florist ternyata memiliki *track record* yang lebih panjang, telah beroperasi selama 12 tahun di industri bunga krisan. Selain itu, warna yang dihasilkan pada Five Florist lebih cerah menyala. Sementara itu, Elsa Flower merupakan pemain yang relatif lebih baru, dengan pengalaman operasional selama 5 tahun. Perbedaan durasi operasional ini menjadi salah satu pertimbangan penting dalam pemilihan lokasi penelitian. Sampel penelitian berjumlah 5 orang yaitu pemilik Five Florist, kepala bagian budidaya, kepala bagian pemasaran dan 2 toko *florist* yaitu Lia Florist dan Anita Florist dilakukan secara *purposives sampling* (sengaja). Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara dan kuesioner tertutup.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas (BMC)

Five Florist memiliki model bisnis baru yang digambarkan melalui *Business Model Canvas* (BMC).

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
1. KWT Sekar Mandiri 2. Toko pertanian Usaha Tani 3. Toko florist a. Lia Florist b. Anita Florist	1. Budidaya bunga krisan 2. Penjualan bunga krisan 3. Promosi bunga krisan 4. Pengiriman bunga krisan <hr/> <i>Key Resources</i> 1. Greenhouse 2. SDM yang terampil 3. Modal 4. Peralatan budidaya 5. Merk usaha 6. Data base pelanggan	1. Kualitas unggul (warna cerah) 2. Harga kompetitif (Rp12.000- Rp15.000) 3. Pilihan varietas (Tipe spray dan Tipe standar) 4. Kemudahan berbelanja (order via WA/langsung, pembayaran transfer/tunai, pengiriman)	1. Menjaga standar kualitas bunga krisan. 2. Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. <hr/> <i>Channels</i> 1. kebun 2. Website: https://gg.co/kgs/4DhBSuA 3. WA: 081227487349	1. Vendor pernikahan 2. Wiraswasta atau pengusaha sejenis tanaman hias 3. Penggemar tanaman hias. 4. Mahasiswa, pelajar
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Strams</i>		
1. Biaya Tetap a. Biaya administrasi (pemasaran) b. Gaji karyawan 2. Biaya Variabel 1. Biaya bahan baku (bibit, media tanam, pupuk) 2. Biaya listrik & air		Penjualan bunga krisan		

Sumber: Five Florist, 2024.

Gambar 1. Analisis *Business Model Canvas*

Keterangan:

1. Key Partnership

Key Partners Five Florist yaitu:

- a. Kelompok Wanita Tani Sekar Mandiri Tembelang, Wonosobo

KWT Sekar Mandiri adalah kelompok tani yang terdiri dari para wanita berjumlah 22 orang yang bertempat di Tembelang, Wonosobo. Kemitraan yang dilakukan dalam pemasaran bersama adalah salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan bunga krisan yang dihasilkan oleh Five Florist. Dalam kemitraan ini, mengenai sistem pembagian hasil dari penjualan bunga krisan yang di jual KWT dengan komisi Rp500/ikat bunga krisan.

- b. Toko Pertanian Usaha Tani

Kemitraan dengan toko pertanian Usaha Tani dalam hal logistik, distribusi dan manajemen persediaan untuk kelancaran operasional. Toko pertanian Usaha Tani menjadi sumber utama bahan baku bagi Five Florist. Toko Usaha Tani menyediakan bahan pupuk, pestisida organik, atau bahan yang diperlukan untuk merawat dan mengembangkan tanaman krisan.

c. Toko *Florist*.

Lia Florist dan Anita Florist yang berlokasi di Wonosobo Timur, menjalin kemitraan dengan Five Florist dalam hal pemasaran dan distribusi bunga krisan. Kemitraan ini untuk saling mendukung dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kemitraan ini mencakup pendistribusian bahan baku yaitu bunga krisan. Pembelian bunga krisan dapat mencapai 10-75 ikat setiap bulan.

2. *Key Activities*

Five Florist menjalankan serangkaian aktivitas kunci dalam operasional usahanya. Proses dimulai dengan pembudidayaan bunga krisan, yang mencakup tahap pembibitan hingga panen. Dalam fase ini, Five Florist melakukan perawatan terhadap tanaman krisan, memastikan pertumbuhan optimal dan kualitas bunga yang baik. Setelah panen, Five Florist melanjutkan dengan proses produksi pasca panen. Tahap ini melibatkan berbagai kegiatan seperti penyortiran bunga berdasarkan kualitas, pemotongan batang sesuai standar, dan pengemasan yang tepat untuk menjaga kesegaran bunga. Aktivitas terakhir adalah pemasaran, di mana Five Florist berupaya menjangkau pelanggan potensial dan menjual produk bunganya. Kegiatan pemasaran ini mungkin meliputi promosi melalui berbagai saluran, pengelolaan hubungan pelanggan, dan pendistribusian produk ke pasar yang ditujuh.

3. *Value Proposition*

Proposisi nilai yang dimiliki oleh Five Florist yaitu kualitas unggul, Five Florist menawarkan kualitas unggul bunga krisan yang ditandai dengan berbagai warna cerah seperti putih, kuning, merah, salem dan pink yang cocok untuk berbagai acara dan tema. Bunga krisan dengan kesegarannya yang tahan lama dapat bertahan 7-10 hari. Harga Kompetitif, bunga krisan yang ditawarkan dengan harga yang kompetitif dan terjangkau kisaran Rp 12.000 – Rp 15.000. Setiap ikat berisi 10 batang bunga krisan. Pilihan Varietas, varietas bunga krisan pada Five Florist yaitu bunga krisan tipe spray ada *Spray daisy chrysanthemum* warna putih, kuning, merah. *Spray button*

chrysanthemums warna putih dan pink. *Spray pompom chrysanthemums* warna kuning. Tipe standar ada *Spoon chrysanthemums* warna pink. Liniker kuning, Fiji putih. Kemudahan Berbelanja, Five Florist menawarkan berbagai kemudahan bagi pelanggan dalam berbelanja bunga krisan. Five Florist menyediakan berbagai pilihan metode pembelian yang fleksibel seperti pemesanan langsung di kebun, melalui telepon atau WA. Metode pembayaran juga disediakan mulai dari tunai, *transfer* bank, hingga pembayaran digital seperti dompet elektronik.

4. *Customer Relationships*

Five Florist dalam menjalin hubungan baik dengan *customer segments*-nya yakni, Five Florist selalu mengedepankan standar kualitas dari bunga krisan yang dihasilkan, Five Florist mengedepankan komunikasi dua arah yang terbuka dengan pelanggannya melalui berbagai saluran komunikasi seperti WA, telepon, atau secara langsung.

5. *Customer Segments*

Customer Segments di Five Florist saat ini yakni, vendor pernikahan, wirausaha tanaman sejenis, penggemar tanaman hias, mahasiswa dan pelajar.

6. *Key Resources*

Five Florist mempunyai sumber daya utama dalam menjalankan usaha ini diantaranya, Fisik atau lahan merupakan sumber daya utama yang dijadikan lokasi budidaya bunga, Sumber daya manusia (SDM) yang terampil merupakan aset terpenting yang dimiliki oleh Five Florist, Finansial atau modal usaha yang dimiliki oleh Five Florist berasal dari modal sendiri, peralatan budidaya bunga krisan meliputi berbagai perangkat dan fasilitas yang digunakan dalam proses budidaya bunga krisan, seperti, selang atau gembor, sekop kecil, sabit, ember, cangkul dan Merk usaha, Five Florist merupakan nama usaha yang telah dirancang unuk memperkuat identitas usaha dan menciptakan kesan yang konsisten dan positif dimata pelanggan dan pasar secara keseluruhan.

7. *Channel*

Five Florist melakukan beberapa langkah untuk menunjang penjualan antara lain, Penjualan secara langsung (*direct selling*) Penjualan dilakukan di kebun dan secara *word of mouth*, rekomendasi dari orang yang dikenal cenderung lebih dipercaya. Penjualan secara tidak langsung (*indirect selling*) melalui *Website* dan *Whatsap messenger*. Laman *website* Five Florist berisi nama perusahaan, informasi kontak, informasi tentang bunga krisan. Kemudian, *whatsapp messenger*, Five Florist menggunakan WA untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan secara *real-time*, memberikan respon cepat terhadap pertanyaan pelanggan, menerima pesanan, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih personal.

8. *Cost Structure*

Biaya yang dikeluarkan oleh Five Florist dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh Five Florist untuk menjalankan usahanya terdiri dari biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap terdiri dari biaya operasional, sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya sarana budidaya. Cost structure pada tahun 2023, Five Florist mengeluarkan biaya sebesar Rp 6.857.000. Biaya tertinggi yang dikeluarkan sebanyak Rp 3.150.000 untuk biaya tenaga kerja.

9. *Revenue Stream*

Penjualan bunga krisan merupakan pendapatan Five Florist. Bunga krisan dijual dengan harga perikat berkisar antara Rp 12.000 hingga Rp 15.000, dimana setiap ikat berisi 10 batang bunga krisan. Five Florist menerima total penjualan tahunan dengan jumlah bunga krisan terjual 2.705 ikat dan pendapatan total Rp 36.105.000. Penjualan biasanya meningkat selama musim perayaan dan acara khusus, seperti pernikahan, hari raya dan akhir tahun. Sedangkan, penurunan penjualan dapat terjadi selama musim liburan sekolah atau musim hujan.

B. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

1. Analisis Matrik IFAS

Tabel 2. Hasil Matriks IFAS

No.	KEKUATAN	Bobot	Rating	Skor
1.	Kualitas warna bunga krisan	0,13	3,8	0,51
2.	Lokasi strategis	0,12	3,6	0,45
3.	Usaha sudah lama berdiri	0,11	3	0,32
4.	Bibit diproduksi sendiri	0,11	3,4	0,40
5.	Tenaga kerja berpengalaman	0,12	3,6	0,45
	Sub Total			2,09
	KELEMAHAN			
1.	Keterbatasan teknologi budidaya	0,08	2,6	0,24
2.	Ketergantungan distribusi lokal pada jumlah pesanan minimum	0,10	2,6	0,24
3.	Merk belum dikenal masyarakat secara luas	0,08	1,8	0,11
4.	Kurangnya kegiatan promosi	0,08	2,4	0,20
5.	Produk yang tidak tahan lama	0,07	1,8	0,11
	Sub Total			0,91
	Total			3,03

Sumber: Data Primer, diolah (2024)

Berdasarkan dari hasil perhitungan pada Tabel 2, faktor kekuatan terbesar yang dimiliki oleh Five Florist adalah pada kualitas warna bunga krisan dengan memperoleh skor sebesar 0,51. Kualitas bunga warna krisan pada Five Florist seperti merah menyala, kuning cerah dan merah muda mencolok. Bobot paling rendah adalah merek belum dikenal masyarakat secara luas dan produk yang tidak tahan lama dengan skor 0,11. Salah satu alternatif sarana memperkenalkan merek ke masyarakat secara luas dengan promosi pemasaran. Kemudian, produk yang tidak tahan lama akan cenderung layu dan terlihat tidak *fresh*. Penyebab hal ini seperti penyimpanan yang tidak tepat karena suhu yang terlalu tinggi atau terlalu rendah, paparan langsung terhadap sinar matahari, dan bunga yang dipetik pada waktu yang kurang tepat baik terlalu dini atau terlambat.

2. Analisis Matrik EFAS

Tabel 3. Hasil matriks EFAS

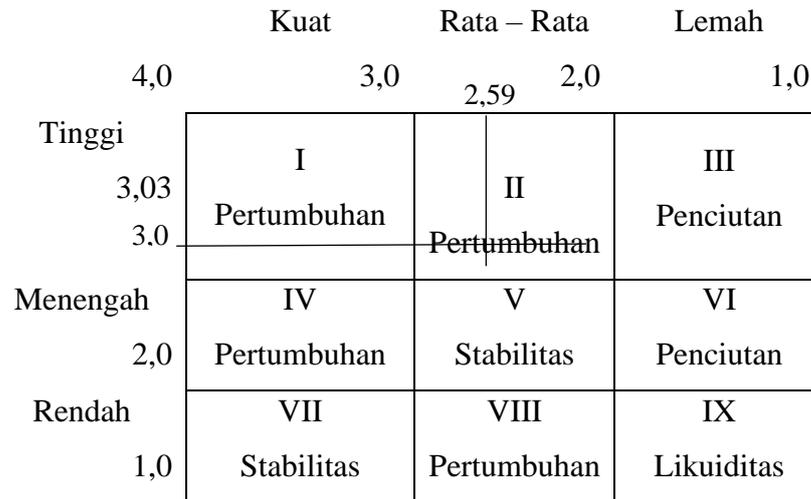
No.	PELUANG	Bobot	Rating	Skor
1.	Harga bunga krisan kompetitif	0,14	3,4	0,48
2.	Peningkatan permintaan krisan pada momen hari besar.	0,15	3,6	0,54
3.	Peluang pasar bunga krisan masih terbuka luas	0,10	2,4	0,24
4.	Akses teknologi budidaya cukup terbuka	0,08	2	0,17
5.	Perkembangan teknologi <i>digital marketing</i> untuk pemasaran	0,12	3	0,37
				1,79
	ANCAMAN			
1.	Pesaing tanaman hias cukup banyak	0,09	2,2	0,20
2.	Perubahan cuaca atau iklim yang ekstrim	0,07	1,8	0,13
3.	Serangan hama	0,07	1,8	0,13
4.	<i>Trend</i> tanaman hias yang berubah-ubah	0,09	2,2	0,20
5.	Kenaikan harga input produksi	0,07	1,8	0,13
				0,80
				2,59

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2024.

Berdasarkan dari hasil perhitungan pada Tabel 3 faktor peluang terbesar yang dimiliki oleh Five Florist adalah peningkatan permintaan krisan pada momen hari besar dengan skor 0,54. Permintaan krisan akan meningkat pada momen-momen tertentu seperti hari raya idul fitri, hari raya imlek, dan hari raya natal. Pada Hari Raya Idul Fitri. Faktor ancaman yang tinggi adalah pesaing bunga krisan cukup banyak dan *trend* tanaman hias yang berubah-ubah dengan skor 0,20. Pesaing bunga krisan cukup banyak karena ada berbagai jenis bunga potong lain yang juga diminati konsumen, seperti mawar, tulip, lily, dan anggrek. Kemudian, *trend* bunga krisan cenderung berubah-ubah karena dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim, acara atau perayaan tertentu, serta perkembangan desain dan dekorasi.

3. Matrik IE

Nilai total matriks IFAS sebesar 3,03 dan EFAS sebesar 2,59. Matriks IE seperti pada gambar 14. Matriks IE menunjukkan posisi dari usaha berada pada kolom 2 yaitu dengan strategi yang tepat adalah strategi kembang bangun (*Growth and Build*).



Sumber: Data Primer setelah diolah 2024

Gambar 2. Kurva Matrik IE

Hasil ini menunjukkan bahwa Five Florist membutuhkan strategi untuk dapat tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik lagi. Strategi yang biasanya diterapkan adalah melakukan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk) atau dengan strategi integratif (integrasi ke depan, belakang, horizontal) (Siahaan, 2008). Strategi penetrasi pasar untuk usaha bunga krisan pada Five Florist dapat dilakukan dengan cara, diversifikasi bunga krisan dilakukan dengan mengembangkan dan menanam berbagai varietas krisan berwarna-warni, termasuk jenis baru atau langka. Pengemasan bunga krisan juga divariasikan, misalnya menawarkan buket siap pakai, krisan dalam pot hias, atau rangkaian bunga campuran dengan krisan sebagai *focal point*. Pemasaran digital dioptimalkan melalui pembuatan akun bisnis di platform media sosial populer seperti Instagram dan Facebook. Konten visual yang menarik seperti foto bunga krisan berkualitas tinggi dan video singkat tentang perawatan bunga diunggah secara rutin. Kerjasama dengan toko bunga dibangun dengan pendekatan personal, menawarkan program kemitraan yang menguntungkan seperti harga grosir khusus atau skema bagi hasil. Kerjasama dengan toko bunga dibangun dengan pendekatan personal, menawarkan program kemitraan yang menguntungkan seperti harga grosir khusus atau skema bagi hasil. merek, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan.

4. Analisis SWOT

Hasil dari matriks SWOT akan menghasilkan alternatif strategi yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), dan strategi WT (*Weakness-Threat*). Berdasarkan hasil matriks IE, maka dibuatlah beberapa alternatif strategi yang cocok sesuai dengan posisi Five Florist saat ini.

FAKTOR INTERNAL/FAKTOR EKTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Kualitas warna bunga krisan 2. Lokasi strategis 3. Usaha sudah lama berdiri 4. Bibit bunga krisan diproduksi sendiri 5. Tenaga kerja berpengalaman	1. keterbatasan teknologi budidaya 2. Ketergantungan distribusi lokal pada jumlah pesan minimum 3. Merk belum dikenal masyarakat secara luas. 4. Kurangnya kegiatan promosi. 5. Produk yang tidak tahan lama
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Harga bunga krisan fluktuatif naik 2. Peningkatan permintaan krisan pada momen hari besar. 3. Peluang pasar bunga krisan masih terbuka luas 4. Akses teknologi budidaya cukup terbuka 5. Perkembangan teknologi <i>digital marketing</i> untuk pemasaran.	1. Memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus. (S1, O3) 2. Memanfaatkan berkembangnya teknologi digital marketing untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran <i>online</i> Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan <i>online</i> untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan (S2, S3, O5)	1. Membuat platform <i>e-commerce</i> seperti <i>Shopee</i> , <i>Tokopedia</i> untuk mengatasi ketergantungan distribusi dan jumlah pesanan minimum. (W2, O5) 2. Melakukan ekspansi pasar ke luar kota dengan kerjasama distributor untuk memperluas jangkauan pasar (W2, O3).
THREATS (T)	STRATEGI S - T	STRATEGI W - T
1. Pesaing tanaman hias cukup banyak 2. Perubahan cuaca atau iklim yang ekstrim 3. Serangan hama. 4. <i>Trend</i> tanaman hias yang berubah-ubah 5. Kenaikan harga produksi	1. Mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan (S1, T1) 2. Membuka stan bunga krisan di pusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial. (S3, T1, T4).	1. Menambah mitra pemasaran di dalam kota atau luar kota pada tempat tertentu seperti tempat pariwisata atau pasar bunga untuk menjangkau pelanggan potensial (W2, T5). 2. Merekrut tenaga kerja yang ahli dalam bidang desain grafis untuk mengoptimalkan konten di media sosial (W3, T1).

Sumber : Data Primer Setelah diolah 2024.

Gambar 3. Matriks SWOT Five Florist

a. Strategi S-O

- 1) Memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus.

Strategi ini dapat diterapkan dengan menciptakan produk bunga krisan spesial yang dirancang khusus untuk acara-acara penting seperti pernikahan, ulang tahun, atau perayaan lainnya. Misalnya, buket yang menggabungkan krisan ungu dengan mawar putih bisa menjadi pilihan yang sempurna untuk ulang tahun pernikahan. Dengan kemasan yang elegan, produk-produk ini dapat menarik perhatian segmen pasar premium yang menginginkan sesuatu yang berbeda dan berkesan.

- 2) Memanfaatkan berkembangnya teknologi *digital marketing* untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran *online* Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan *online* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan.

Memanfaatkan platform pemasaran digital seperti *instagram* melalui konten edukasi mengenai tanaman hias dapat dilakukan dengan beberapa langkah strategis. Unggah konten berkualitas, seperti foto dan video tanaman dengan deskripsi yang menjelaskan cara perawatan, manfaat, dan keunikan setiap jenis tanaman. Gunakan fitur *instagram stories* dan *reels* untuk memberikan *tips* perawatan harian atau tutorial singkat yang interaktif agar menarik audiens untuk mengunjungi halaman profil.

b. Strategi W-O

- 1) Membuat platform *e-commerce* seperti *Shopee*, Toko Pedia untuk mengatasi ketergantungan distribusi dalam jumlah pesanan minimum. Pembuatan platform *e-commerce* khusus untuk bunga krisan dapat menjadi solusi inovatif dalam mengatasi masalah ketergantungan distribusi dan batasan pesanan minimum. Tujuan utama platform ini adalah menghubungkan petani bunga krisan secara langsung dengan konsumen akhir. Platform ini akan memberikan manfaat signifikan bagi petani, termasuk akses ke pasar yang lebih luas dan potensi harga jual yang lebih baik.

- 2) Melakukan ekspansi pasar ke luar kota dengan kerjasama distributor untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Melakukan ekspansi pasar untuk mengembangkan jangkauan pasar ke luar kota seperti Semarang, Salatiga, Solo, dan Wonogiri. Kota-kota tersebut memiliki populasi yang cukup besar dan aktivitas bisnis yang aktif. Pasar bunga di kota tersebut sering menjadi destinasi bagi pecinta tanaman hias, termasuk bunga krisan. Kemudian dapat bekerjasama dengan jasa pengirim seperti J&T, JNE, dan kantor pos untuk

memastikan bunga sampai dengan cepat dan segar. Menjalin kerjasama dengan hotel atau kantor yang berada di Jawa Tengah untuk pemasok bunga krisan.

c. Strategi ST

- 1) Mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan.

Mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan merupakan metode yang efektif dan banyak digunakan dalam pemuliaan tanaman. Setelah tanaman induk dipilih, langkah selanjutnya adalah melakukan penyerbukan silang secara manual. Pemulia akan mengambil serbuk sari dari satu tanaman (tanaman jantan) dan memindahkannya ke putik tanaman lain (tanaman betina). Bunga yang telah disilangkan kemudian akan menghasilkan biji. Tanaman yang tumbuh dari biji hasil persilangan ini akan memiliki kombinasi genetik dari kedua induknya. Melalui teknik persilangan, pemulia dapat menghasilkan varietas krisan dengan berbagai kombinasi warna, bentuk bunga, ukuran tanaman, ketahanan terhadap penyakit, dan karakteristik lain yang diinginkan.

- 2) Membuka stan bunga krisan di pusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial.

Membuka stan bunga krisan di pusat kota merupakan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial. Lokasi di pusat kota dipilih karena memiliki arus lalu lintas pejalan kaki yang tinggi, meningkatkan visibilitas dan akses ke berbagai segmen pelanggan. Stan ini bisa menjadi sarana edukasi tentang bunga krisan, dengan menyediakan brosur informatif atau mengadakan demonstrasi merangkai bunga secara berkala. Hal ini dapat meningkatkan minat dan pengetahuan pelanggan tentang bunga krisan.

d. Strategi WT

- 1) Menambah mitra pemasaran di dalam kota atau luar kota pada tempat tertentu seperti tempat pariwisata atau pasar bunga untuk menjangkau pelanggan potensial.

Menambahkan mitra pemasaran pada tempat pariwisata seperti toko souvenir di Dieng menjalin kemitraan di kawasan Dieng untuk menjual rangkaian bunga krisan sebagai bagian dari koleksi souvenir khas Dieng. Ajukan kerjasama dengan hotel di Wonosobo untuk menampilkan dan menjual bunga krisan di area lobi, menarik perhatian wisatawan yang menginap. Menambah mitra pemasaran di pasar bunga seperti kolaborasi dengan penjual di pasar Bandungan, Semarang untuk memasarkan dan menjual bunga krisan kepada pembeli yang berkunjung kepasar setiap harinya.

- 2) Merekrut tenaga kerja yang ahli dalam bidang desain grafis untuk mengoptimalkan konten di media sosial.

Desainer grafis yang direkrut akan bertanggung jawab untuk menciptakan berbagai jenis konten visual, termasuk infografik, poster digital, banner untuk iklan, dan konten untuk *instagram stories* atau *Facebook posts*. Dengan merekrut tenaga ahli desain grafis, Five Florist dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas konten visual di media sosial. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan *engagement* dengan *audiens*, memperkuat citra merek, dan potensial meningkatkan konversi dari upaya pemasaran digital.

5. Matriks QSPM

Pada tahapan matriks QSPM ini, narasumber memberikan peringkat terhadap masing-masing strategi membandingkan dengan faktor internal dan faktor eksternal kunci Five Florist. Alternatif strategi pengembangan usaha Five Florist berdasarkan hasil skor TAS tertinggi hingga terendah adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Matriks QSPM

No	Strategi	Nilai TAS
1	Memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus.	5,62
2	Memanfaatkan berkembangnya teknologi digital marketing untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran <i>online</i> Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan <i>online</i> untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan	5,61
3	Menambah mitra pemasaran di dalam kota atau luar kota pada tempat tertentu seperti tempat pariwisata atau pasar bunga untuk menjangkau pelanggan potensial	5,23
4	Merekrut tenaga kerja yang ahli dalam bidang desain grafis untuk mengoptimalkan konten di media sosial	5,14
5	Membuat platform <i>e-commerce</i> seperti <i>Shopee</i> , Toko Pedia untuk mengatasi ketergantungan distribusi dalam jumlah pesanan minimum.	5,11
6	Mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan	5,03
7	Membuka stan bunga krisan di pusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial	4,78
8	Melakukan ekspansi pasar ke luar kota dengan kerjasama distributor untuk memperluas jangkauan pasar.	4,05

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel, hasil analisis matriks QSPM, menunjukkan bahwa alternatif pertama adalah memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus nilai TAS 5,62. Alternatif kedua adalah Memanfaatkan berkembangnya teknologi digital marketing untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran *online* Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan *online* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan dengan nilai TAS 5,61. Alternatif ketiga adalah menambah mitra pemasaran di dalam kota atau luar kota pada tempat tertentu seperti tempat pariwisata atau pasar bunga untuk menjangkau pelanggan potensial dengan nilai TAS 5,23. Alternatif keempat adalah merekrut tenaga kerja yang ahli dalam bidang desain grafis untuk mengoptimalkan konten di media sosial dengan skor TAS 5,14. Alternatif kelima adalah membuat platform *e-commerce* seperti *Shopee*,

Toko Pedia untuk mengatasi ketergantungan distribusi dalam jumlah pesanan minimum dengan TAS 5,11. Alternatif strategi keenam adalah mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan dengan skor TAS 5,03. Alternatif ketujuh adalah membuka stan bunga krisan di pusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial dengan TAS 4,78. Alternatif kedelapan adalah melakukan ekspansi pasar ke luar kota dengan kerjasama distributor untuk memperluas jangkauan pasar dengan skor TAS 4,05.

IV. PENUTUP

Penerapan Business Model Canvas yang dilakukan di Five Florist sudah tepat dilakukan pada 9 elemen, yaitu Sumber daya kunci (*Key Partner*), aktivitas kunci (*Key Activity*), Prosisi Nilai (*Value Proposition*), Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relationship*), segmen pelanggan (*Customer Segmen*), sumber daya utama (*Key Resource*) saluran (*Channel*), Struktur biaya (*Cost Structure*) dan aliran pendapatan (*Revenue Stream*). Five Florist masih lemah dalam memanfaatkan *channel*, Five Florist hanya menggunakan media whatsapp sebagai transaksi penjualan dan promosi secara *online*.

Faktor Internal yang dimiliki oleh Five Florist ada 10 faktor yang terdiri dari 5 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan. Faktor kekuatan utama Five Floris adalah kualitas bunga krisan dengan skor 0,51. Sedangkan faktor kelemahan utama adalah merk belum dikenal masyarakat secara luas dengan skor 0,11. Faktor Eksternal yang dimiliki Five Florist ada 10 faktor yang terdiri dari 5 faktor peluang dan 5 faktor ancaman. Faktor peluang utama Five Florist adalah moment dihari besar dapa meningkatkan omzet dengan skor 0,54. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Five Florist pesaing bunga krisan yang cukup banyak dengan skor 0,20.

Usaha Five Florist berada pada posisi sel II, dimana strategi yang baik unuk digunakan adalah tumbuh dan kembangkan, strategi ini terdiri dari strategi integrasi dan strategi intensif. Skor yang dipetakan didalam matriks IE merupakan total skor yang diperoleh dari matriks IFAS sebesar 3,03 dan matrik EFAS sebesar

2,59 yang menunjukkan bahwa usaha Five Florist memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan dan merespon baik peluang dan ancaman yang dimiliki.

Usaha Five Florist memiliki 8 alternatif strategi yaitu memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan menyediakan paket rangkaian buket untuk momen khusus, memanfaatkan berkembangnya teknologi digital marketing untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran *online* Five Florist, termasuk penggunaan media sosial, SEO, konten berkualitas, dan iklan *online* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan, merekrut tenaga kerja yang ahli dalam bidang desain grafis untuk mengoptimalkan konten di media sosial, membuat platform *e-commerce* seperti *Shopee*, *Toko Pedia* untuk mengatasi ketergantungan distribusi dalam jumlah pesanan minimum, mengembangkan dan menambah varietas bunga krisan dengan teknik persilangan membuka stan bunga krisan di pusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial, dan melakukan ekspansi pasar ke luar kota dengan kerjasama distributor untuk memperluas jangkauan pasar.

Five Florist dapat membuat katalog khusus untuk setiap hari besar, menawarkan paket promosi atau diskon khusus hari-hari besar. Five Florist dapat memanfaatkan kualitas warna bunga krisan untuk membuat paket buket spesial dengan menggabungkan krisan dengan bunga lain yang memiliki warna yang sesuai dengan tema seperti warna merah untuk hari valentine, warna pastel untuk hari ibu, atau warna putih untuk pernikahan

Five Florist dapat melakukan ekspansi pasar dan saluran distribusi seperti melakukan ekspansi pasar keluar kota dengan menjalin dengan distributor dan dapat membuka stand bunga krisan dipusat kota untuk menjangkau pelanggan potensial baru. Five Florist perlu memperluas penggunaan *channel* digital selain *Whatsapp*, dengan memanfaatkan platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok* untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Five Florist dapat membuat toko online di platform *e-commerce* seperti *shopee* dan Tokopedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, K. (2018). Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2) 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Anggraini, N. (2020). Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 139–156. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1313>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70. <https://journal.uny.ac.id/index.php>
- Awaludin, A. (2022). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Business Model Canvas (BMC) Studi Kasus Pada Usaha Inland Coffee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), 30-51. <https://repositoryfeb.unpak.ac.id/xmlui/handle/1234>
- Darnianti. (2021). Dampak Pemberian Larutan Mikro Organisme Lokal (Mol) Pada Pertumbuhan Bunga Krisan Inodorum (*Chrysanthemum Inodorum*) Di Desa Sumkara Kabanjahe. *JUITECH: Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik*, 5(1), 18. <http://portaluniversitasquality.ac.id:5388/ojsystem/index.php/JUITECH>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Hidayat, M. (2018). Penerapan Business Model Canvas Sebagai Strategi Bisnis Pada Usaha Ekonomi Kreatif Bidang Fotografi di Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Kewirausahaan*, 53(1), 1–10. <https://journal.unm.ac.id>
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 1(2), 128. <https://www.researchgate.net/publication/335227300>
- Kusumaningtyas, Y. I., Harisudin, M., & Barokah, U. (2019). Pendapatan Petani Bunga Potong Krisan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(1), 40–51. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1475941>

- Lestari, A. D., & Sardanto, R. (2019). Makalah: " Implementasi SWOT Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Café Nganjuk." Disajikan dalam Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/782>
- Mahardika, D. B., Listyawati, A., Mulyawan, M. W. H., Muhammad, A. Z., Hanif, A. F., Prasetyo, A., Pangestu, A. F., Rahmawati, I., Sihombing, A., & Adriwansa, A. Z. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Busniess Model Canvas dan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Kopitography Coffee & Gallery). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 1618–1625. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Wulandari, N. A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha CV Vanana Jaya Sinergi Menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC), Swot Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 2(1) 7-12. <https://digilib.unila.ac.id/63718/>