



KERAJINAN TANGAN BUCKET BUNGA KERTAS (PEMANFAATAN KERTAS BEKAS PADA PEMBUATAN BUCKET BUNGA KERTAS, DENGAN MODAL LIMA PULUH RIBU DAN UNTUNG RATUSAN RIBU)

Muhamad Amirulloh, Tri Handayani, Azriel Viero Sadam

Universitas Padjajaran, Indonesia

Email: muhamad.amirulloh@unpad.ac.id, tri.handayani@unpad.ac.id,

Azriel20001@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Kerajinan tangan bucket bunga dari kertas bekas merupakan produk kreatif yang menggabungkan nilai estetika dan keberlanjutan lingkungan. Produk ini menawarkan alternatif dekorasi dan hadiah yang ramah lingkungan dengan biaya produksi yang relatif rendah, sehingga memiliki potensi bisnis yang menjanjikan di kalangan pelajar dan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan minat masyarakat terhadap bucket bunga dari kertas bekas sebagai produk kerajinan tangan yang ramah lingkungan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada masyarakat umum, mahasiswa Universitas Negeri Manado, dan siswa SMA Negeri 2 Tondano menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan pola persepsi dan minat masyarakat terhadap produk ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran tinggi terhadap produk kerajinan tangan bucket bunga dari kertas bekas, menilai daya tahan, estetika, dan biaya sebagai faktor utama dalam memilih produk tersebut, serta melihat peluang bisnis yang menguntungkan. Implikasi penelitian ini mendorong pengembangan produk kerajinan tangan yang berkelanjutan serta strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Kerajinan tangan, Bucket bunga.

Abstract

The paper flower bucket handicraft is a creative product that combines aesthetics and environmental sustainability. This product offers an eco-friendly alternative for decorations and gifts with relatively low production costs, making it a promising business opportunity among students. This study aims to investigate public perception and interest in the paper flower bucket as an eco-friendly handicraft product. The method used is descriptive quantitative, collecting data through an online questionnaire distributed to the general public, students of Manado State University, and SMA Negeri 2 Tondano students using purposive sampling. Data analysis employs descriptive statistics to describe patterns of public perception and interest in the product. The results indicate that the public has a high awareness of the paper flower bucket handicraft product, valuing durability, aesthetics, and cost as key factors in product selection, and seeing it as a profitable business opportunity. The study's

implications encourage the development of sustainable handicraft products and effective marketing strategies through social media to reach a wider market.

Keywords: Handicraft, Flower bouquet

Pendahuluan

Kerajinan tangan adalah salah satu bentuk kreativitas yang menggabungkan keterampilan dan seni untuk menghasilkan karya dengan nilai estetika dan fungsional (Darmawan et al., 2025; Pratama, 2015; Puspitasari, 2024). Rutin ini sudah terintegrasi dalam aktivitas harian., baik sebagai hobi, dekorasi, maupun produk bernilai ekonomi (Asbaha, 2019). Salah satu kerajinan tangan yang semakin populer adalah bucket bunga kertas, yaitu rangkaian bunga yang dibuat dari kertas sebagai alternatif dari bunga asli atau plastik (Saputri, 2024; Sartika, 2023). Keunikan dari bucket bunga kertas terletak pada fleksibilitas desainnya, karena dapat dibuat dalam berbagai bentuk, warna, dan ukuran sesuai dengan selera. Selain itu, bunga kertas memiliki daya tahan yang lebih lama sebelum layu (Nurfadillah, 2024). Hal ini menjadikan bucket bunga kertas sebagai pilihan yang lebih praktis untuk dekorasi maupun hadiah (Haerapil, 2023; Rahmadani, 2021).

Dalam upaya menjaga lingkungan, banyak pengrajin mulai beralih menggunakan bahan bekas sebagai material utama dalam pembuatan bucket bunga kertas (Wulandari, 2022). Pemanfaatan kertas bekas, seperti koran, majalah, kertas kado, atau kardus yang tidak terpakai, menjadi solusi kreatif untuk mengurangi limbah sekaligus menghasilkan produk yang estetik dan bernilai jual (Suryani, 2022). Dengan mengolah kembali bahan yang sudah tidak digunakan, bucket bunga kertas bekas tidak hanya memberikan manfaat dari segi ekonomi, tetapi juga membantu mengurangi pencemaran lingkungan akibat limbah kertas yang terus meningkat setiap tahunnya (BD et al., 2023; Nurhidayatulloh, 2018; Prasetyaningrum, 2022).

Selain manfaat ekologisnya, bucket bunga kertas bekas juga menawarkan sejumlah manfaat tambahan. Di antaranya terdapat biaya produksi yang relatif rendah, karena menggunakan bahan daur ulang yang mudah ditemukan di sekitar kita. Dibandingkan dengan membeli bunga segar atau plastik, membuat bucket bunga kertas sendiri bisa menjadi pilihan yang lebih hemat, terutama bagi mereka yang memiliki ketertarikan dalam bidang seni dan kerajinan (Dartanto & Arif Rozaq, 2019). Selain itu, bucket bunga kertas juga bisa dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan, mengingat permintaannya yang terus meningkat untuk berbagai keperluan, seperti dekorasi pernikahan, hadiah ulang tahun, hingga souvenir acara spesial.

Dengan berkembangnya tren penggunaan bahan daur ulang, bucket bunga kertas bekas tidak hanya menjadi pilihan dekorasi yang menarik, tetapi juga menciptakan kesempatan berbisnis bagi siapa pun yang berminat mengembangkan kreativitasnya. Dalam artikel ini, selanjutnya akan meneliti kerajinan tangan bucket bunga kertas bekas, mulai dari manfaatnya, bahan dan alat yang dibutuhkan, hingga langkah-langkah pembuatannya. Semoga artikel ini dapat menginspirasi dan memberikan panduan bagi siapa saja yang ingin mencoba membuat bucket bunga kertas sendiri.

Tujuan : Memperluas Jaringan Pasar: Membuka pasar baru dengan mengadakan peluang kerjasama dengan toko hadiah. Mencapai Kepuasan Pelanggan 100%: Menyediakan barang-barang yang unggul dan melebihi ekspektasi pelanggan dalam hal

desain, kualitas, dan layanan yang berkualitas. Meningkatkan Kualitas Produk Secara Terus-Menerus: Selalu melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap produk untuk menjaga kualitas dan keindahan yang konsisten. Meminimalisir jejak ekologis: Penerapan material yang bersahabat dengan alam dan mendukung keberlanjutan dalam setiap proses produksi (Dapas, 2015; Lantemona et al., 2024).

Penelitian oleh Vidyatmoko dan Rosadi (2015) menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh kapasitas pengusaha, motivasi, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja. Inovasi dan strategi yang tepat menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing bisnis di pasar yang semakin kompetitif. Selanjutnya, Abdulwase et al. (2021) menyoroti pentingnya strategi bisnis yang fokus pada pelanggan sebagai upaya membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam berbagai sektor usaha, termasuk industri kreatif. Penelitian ini menegaskan perlunya strategi yang terstruktur untuk menghadapi persaingan usaha yang dinamis.

Dalam konteks kerajinan tangan, penelitian oleh Rahmi Pertiwi et al. (2021) menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemasaran efektif menjadi faktor utama dalam meningkatkan volume penjualan produk kreatif. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan kualitas produk dan pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran yang efisien. Selain itu, Maziyah dan Rahmi (2023) menggunakan Smart Business Map untuk menganalisis usaha produk kerupuk, dan menemukan bahwa alat ini efektif untuk mengidentifikasi area bisnis yang perlu pengembangan dan perbaikan, sehingga bisa meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan fondasi penting mengenai strategi pengembangan usaha dan penggunaan alat analisis seperti Smart Business Map dalam meningkatkan performa bisnis. Namun, mayoritas masih fokus pada sektor tertentu dan belum mengkaji secara mendalam penerapan strategi tersebut dalam industri kreatif digital, khususnya di Kota Gresik, yang memiliki dinamika pasar dan karakteristik usaha yang unik.

Walaupun sudah banyak penelitian mengenai strategi pengembangan usaha dan penggunaan alat analisis bisnis, terdapat kekurangan kajian yang fokus pada penerapan Smart Business Map dalam pengembangan usaha industri kreatif digital di Kota Gresik. Penelitian terdahulu juga cenderung menggunakan metode kuantitatif atau kualitatif secara terpisah tanpa integrasi yang kuat, sehingga kurang memberikan gambaran menyeluruh dari perspektif pelaku usaha dan pesaing di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan pendekatan kualitatif fenomenologi yang mendalam, guna menghasilkan strategi yang lebih relevan dan aplikatif.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan penggunaan Smart Business Map sebagai alat utama dalam merumuskan strategi pengembangan usaha berbasis analisis mendalam terhadap kekuatan internal, peluang pasar, dan profitabilitas operasional di industri kreatif digital. Pendekatan fenomenologi yang digunakan memungkinkan penelitian menggali pengalaman langsung pelaku usaha dan kompetitor sehingga strategi yang dihasilkan dapat lebih efektif meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan di Agency Asik Creative.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan efektivitas strategi pengembangan usaha berbasis Smart Business Map pada Agency Asik Creative, perusahaan industri kreatif digital di Kota Gresik, dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan usaha. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor kunci kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha melalui pendekatan kualitatif fenomenologi.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori strategi bisnis dengan fokus pada penerapan Smart Business Map di sektor industri kreatif digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha kecil dan menengah dalam menyusun dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang efektif dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini memberikan masukan strategis bagi Agency Asik Creative untuk memperbaiki dan mengembangkan usahanya agar mampu bersaing lebih baik di pasar digital yang kompetitif.

Metode

Studi ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif guna melukiskan secara cermat dan akurat persepsi serta minat masyarakat terhadap produk kerajinan tangan berupa bucket bunga yang terbuat dari kertas bekas. Pendekatan kuantitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik yang diperoleh dari responden guna mengidentifikasi kecenderungan atau pola dalam persepsi dan minat masyarakat. Strategi ini memungkinkan para ilmuwan untuk memahami situasi dengan lebih rinci. mengenai tingkat pengetahuan, pemahaman, serta ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut, baik secara umum maupun berdasarkan kategori tertentu.

Populasi dalam penelitian ini mencakup masyarakat umum yang memiliki pengetahuan atau ketertarikan terhadap produk kerajinan tangan, dengan fokus khusus pada mahasiswa Universitas Negeri Manado dan siswa SMA Negeri 2 Tondano. Populasi tersebut dipilih karena mereka cenderung lebih terbuka terhadap produk kerajinan tangan serta lebih paham mengenai konsep keberlanjutan dan pemanfaatan bahan bekas, seperti kertas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria tersebut mencakup responden yang pernah melihat, membuat, atau membeli produk kerajinan tangan berupa bucket bunga dari kertas bekas. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria ini diharapkan dapat menghasilkan data yang lebih relevan dan mendalam serta memperkaya hasil penelitian.

Responden diberikan akses ke survei daring untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.. Kuesioner ini dirancang dalam beberapa bagian yang mencakup data demografi responden, pengetahuan dan pengalaman mereka terkait produk kerajinan tangan, persepsi mereka terhadap produk bucket bunga dari kertas bekas, serta minat mereka terhadap produk tersebut. Setiap bagian kuesioner disusun dengan pertanyaan

yang dirancang untuk menggali informasi secara mendalam, dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketertarikan responden terhadap berbagai pernyataan yang terkait dengan produk. Kuesioner online dipilih karena kemudahan dalam distribusi dan pengumpulan data serta memungkinkan responden untuk memberikan jawaban dengan fleksibilitas waktu yang lebih besar.

Informasi survei akan dikaji memakai metode statistik deskriptif, yang meliputi penghitungan persentase untuk setiap jawaban responden. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan dan pola persepsi serta minat masyarakat terhadap bucket bunga dari kertas bekas. Data penelitian akan ditampilkan menggunakan grafik dan tabel untuk memudahkan interpretasi dan pemahaman terhadap data. Penyajian data dalam bentuk visual akan membantu menggambarkan informasi secara lebih jelas dan efektif, sehingga hasil Pemahaman studi ilmiah akan meningkat bagi para pembacanya. Selain itu, data yang diperoleh juga akan digunakan untuk membuat kesimpulan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan minat masyarakat terhadap produk tersebut, yang pada gilirannya dapat memberikan wawasan untuk pengembangan produk lebih lanjut.

Dengan pendekatan dan metode yang telah dijelaskan, Studi ini diproyeksikan untuk menghasilkan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa, memandang serta menilai produk kerajinan tangan berupa bucket bunga dari kertas bekas. Selain itu, Temuan studi ini diharapkan mampu menjadi pedoman dalam penyempurnaan barang kerajinan tersebut sehingga lebih diminati khalayak luas dan meningkatkan minat mereka terhadap produk tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian berdasarkan kuesioner kepada masyarakat yang dilakukan :

1. Profil Responden
Total Responden: 40 orang
Jenis Gender:
Laki-laki: 24 jiwa (60%)
Perempuan: 16 jiwa (40%)
2. Pengetahuan dan Pengalaman Responden
 - a) 87,5% responden pernah mendengar tentang kerajinan tangan bucket bunga dari kertas bekas.
 - b) 40% responden pernah membeli bucket bunga dari kertas bekas, sementara 60% belum pernah.
 - c) 42,5% responden pernah mencoba membuat kerajinan tangan seperti bucket bunga, sedangkan 57,5% belum pernah.
3. Persepsi Responden terhadap Bucket Bunga dari Kertas Bekas

- a) 55% responden merasa bucket bunga dari kertas bekas lebih menarik dibandingkan bunga segar.
 - b) 52,5% percaya bahwa bucket bunga kertas lebih ramah lingkungan dibandingkan bunga asli.
 - c) 87,5% setuju bahwa bucket bunga dari kertas lebih tahan lama dibandingkan bunga asli.
 - d) 75% berpendapat bahwa bucket bunga dari kertas lebih hemat biaya dibandingkan bunga segar.
4. Minat dan Potensi Bisnis
- a) 62,5% responden pernah mencari tutorial atau referensi tentang cara membuat bucket bunga dari kertas bekas.
 - b) 47,5% pernah merekomendasikan bucket bunga kertas kepada teman atau keluarga.
 - c) 72,5% percaya bahwa bucket bunga dari kertas bekas bisa menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.
- Hasil penelitian berdasarkan kuesioner kepada Mahasiswa Unima yang dilakukan:
1. Profil Responden
 - Total Responden: 23 orang
 - Jenis Kelamin:
 - Laki-laki: 3 orang (13%)
 - Perempuan: 20 orang (87%)
 - Usia:
 - 18 tahun: 1 orang (4%)
 - 19 tahun: 8 orang (35%)
 - 20 tahun: 14 orang (61%)
 2. Pengetahuan dan Pengalaman Responden
 - a) 95,7% responden menyatakan menguasai dengan baik sampai sempurna kerajinan tangan bucket bunga dari kertas.
 - b) 95,7% menunjukkan minat baik hingga sangat baik untuk mengikuti workshop atau pelatihan pembuatan bucket bunga.
 - c) 100% responden menilai peluang usaha bucket bunga kertas bagi mahasiswa sebagai baik atau sangat baik.
 3. Persepsi Responden terhadap Bucket Bunga Kertas
 - a) 100% menilai media sosial efektif dalam mempromosikan bucket bunga kertas kepada mahasiswa.
 - b) 95,7% menganggap harga bucket bunga kertas terjangkau.
 - c) 100% menyatakan bucket bunga kertas memiliki daya tarik sebagai hadiah atau dekorasi.
 - d) 100% memberikan penilaian positif terhadap penggunaan bahan daur ulang dalam pembuatannya.
 - e) 100% menilai produk ini memiliki potensi sebagai produk kreatif mahasiswa.
 4. Minat dan Potensi Bisnis

- a) 100% responden memberikan respons baik hingga sangat baik terhadap kemungkinan merekomendasikan bucket bunga kertas kepada teman atau keluarga.
- b) 87% menyatakan siap menjadikan bucket bunga kertas sebagai peluang bisnis sampingan.
- c) 100% menilai tutorial online efektif membantu mahasiswa belajar membuat bucket bunga kertas.
- d) 95,7% menilai mahasiswa memiliki kreativitas dalam mengembangkan desain produk.
- e) 95,6% memiliki minat membeli produk handmade seperti bucket bunga kertas.
- f) 91,3% menyatakan bucket bunga kertas dapat meningkatkan kesadaran terhadap produk ramah lingkungan.

Hasil penelitian berdasarkan kuesioner kepada Siswa SMA Negeri 2 Tondano yang dilakukan:

1. Profil Responden

Total Responden: 20 orang

Jenis Gender:

Laki-laki: 8 orang (40%)

Perempuan: 12 orang (60%)

Usia:

16 tahun: 9 orang (45%)

17 tahun: 6 orang (30%)

18 tahun: 5 orang (25%)

2. Pengetahuan dan Pengalaman Responden

- a) 85% responden menilai desain dan warna bucket bunga kertas baik hingga sangat baik.
- b) 70% menilai harga bucket bunga sesuai dengan manfaatnya.
- c) 90% merasa mudah merawat bucket bunga agar tetap awet.
- d) 80% menilai penggunaan bahan daur ulang sebagai hal yang positif.

3. Persepsi Responden terhadap Bucket Bunga Kertas

- a) 90% menyatakan tertarik mencoba membuat bucket bunga kertas sendiri.
- b) 85% melihat peluang bisnis dari produk ini baik hingga sangat baik.
- c) 95% menilai media sosial efektif untuk pemasaran produk.
- d) 90% merasa bahan baku mudah didapatkan.
- e) 85% menilai bucket bunga kertas lebih menarik dibanding bunga asli.
- f) 90% mengatakan harga memengaruhi keputusan membeli produk ini.

4. Minat dan Potensi Bisnis

- a) 90% menilai kualitas bahan yang digunakan sudah baik hingga sangat baik.
- b) 95% menyatakan bentuk dan warna bucket bunga kertas tahan lama.
- c) 85% merasa proses belajar membuat bucket bunga tidak sulit.
- d) 85% menilai bucket bunga kertas menarik sebagai hadiah atau dekorasi.

- e) 80% melihat produk ini sebagai alternatif yang ramah lingkungan dibanding bunga asli.

Dalam era yang semakin kreatif dan penuh perayaan, kebutuhan akan hadiah unik, personal, dan bermakna terus meningkat, khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa. Melihat peluang ini, kami menghadirkan Éclora, sebuah usaha yang menawarkan bucket bunga kertas sebagai alternatif ramah lingkungan untuk hadiah Graduation dan berbagai momen spesial lainnya. Produk ini tidak hanya menonjolkan keindahan visual, tetapi juga nilai keberlanjutan dengan menggunakan bahan-bahan daur ulang yang diolah secara artistik.

Untuk mendukung keberhasilan usaha ini, kami telah merancang strategi yang mencakup berbagai aspek penting, mulai dari pemasaran, organisasi, hingga proses produksi. Berikut penjabaran dari aspek-aspek tersebut:

Aspek Pemasaran

a. Segmentasi, Targeting, and Positioning

1) Segmentasi

a) Segmentasi Berdasarkan Demografi

Usia: 16 - 22 Tahun: Mayoritas segmen pasar ini terdiri dari remaja dan dewasa muda yang sering merayakan Graduation, dan perayaan kecil lainnya. Mereka cenderung mencari hadiah yang kreatif dan personal.

Jenis Kelamin: Wanita: Wanita cenderung menjadi pelanggan utama dalam bisnis bunga karena mereka lebih sering membeli bunga untuk hadiah pribadi, perayaan, atau dekorasi acara. Pria: Pria juga menjadi segmen pasar penting, terutama saat membeli hadiah untuk pasangan atau keluarga mereka, seperti untuk hari Valentine, atau perayaan penting lainnya.

b) Segmentasi Berdasarkan Geografi

Lokasi: Pelanggan Lokal: Masyarakat yang tinggal di area sekitar Tataaran Patar, seperti di daerah sekitarnya, yang dapat membeli produk secara langsung atau melakukan pemesanan online.

c) Targetting

Bucket Bunga dari kertas menargetkan produknya pada pelajar/mahasiswa yang baru menyelesaikan studinya, yang pada dasarnya ada di umur 16-22 tahun. Lokasi yang dipilih atau yang menjadi tempat produksi Bucket Bunga dari kertas letaknya amat menguntungkan, dekat dengan berbagai sekolah dan kawasan perguruan tinggi.

b. Strategi pemasaran usaha terhadap pesaing.

- 1) Produk: Bucket Bunga Kertas adalah pilihan sempurna bagi Anda yang ingin memberikan hadiah unik dan tahan lama. Dibuat dengan penuh ketelitian, setiap bunga di dalam bucket ini terbuat dari kertas bekas dirangkai secara artistik untuk menciptakan tampilan yang indah dan elegan. Dibalut dalam bucket cantik yang bisa disesuaikan, bucket bunga kertas ini cocok untuk berbagai momen spesial seperti Graduation ataupun acara penamatan sekolah.
- 2) Harga: Untuk harga bucket bunga dari kertas bekas ini, Kami menawarkannya seharga Rp 55.000,00 (terbilang, lima puluh lima ribu rupiah)/satu bucket.

- 3) Promosi: Pengumuman produk, terutama barang-barang inovatif, kepada pelanggan merupakan inti dari strategi pemasaran. Promosi yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada lebih banyak pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, berikut adalah beberapa contoh promosi yang akan dilakukan oleh produk kami untuk meningkatkan penjualan:

a) Social Media

Social media ialah suatu metode promosi yang sangat efektif di dunia maya atau internet. Dengan memanfaatkan platform media sosial yang populer, produk kami akan mencari audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk secara signifikan. Berikut adalah cara kami menggunakan media sosial sebagai alat promosi:

Instagram: Akan digunakan untuk membagikan foto-foto menarik dan kreatif dari berbagai desain bucket bunga kertas yang tersedia, serta testimoni dari pelanggan yang puas. Fitur Instagram Stories dan Reels akan digunakan untuk memberikan insight tentang proses pembuatan buket bunga, serta menunjukkan reaksi pelanggan yang menerima buket bunga sebagai hadiah. Melalui hashtag yang relevan, #BucketBungaKertas, dan #HadiahUnik, kami akan meningkatkan jangkauan dan visibilitas.

WhatsApp: Kami akan memanfaatkan WhatsApp Business untuk memberikan pelayanan yang cepat dan personal kepada pelanggan. Melalui fitur ini, pelanggan dapat menghubungi kami dengan mudah untuk melakukan pemesanan, bertanya mengenai produk, atau mendapatkan informasi lebih lanjut tentang promosi yang sedang berlangsung

4) Analisis SWOT

- Faktor Internal

a). Strength (Kekuatan)

Produk Unik dan Tahan Lama: Bucket bunga kertas yang ditawarkan (.....)Buket Bunga memiliki keunggulan utama berupa ketahanan yang lebih lama dibandingkan bunga segar. Ini menjadi nilai lebih karena produk dapat dikenang dan disimpan lebih lama oleh penerima.

Ramah Lingkungan: Menggunakan bahan kertas bekas, untuk pembuatan buket bunga menjadikan produk lebih ramah lingkungan, yang menarik bagi pelanggan.

Pelayanan Pelanggan yang Baik: Dengan adanya komunikasi langsung melalui WhatsApp dan media sosial, (....) Bucket Bunga dapat memberikan pelayanan cepat dan responsif, menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

b) Weakness (Kelemahan)

Keterbatasan Produksi: Karena produk dibuat secara manual dan membutuhkan ketelitian, ada kemungkinan produksi dalam jumlah besar menjadi terbatas. Hal ini bisa menghambat pemenuhan permintaan yang tinggi.

Tingkat Daya Tahan yang Bergantung pada Bahan: Walaupun bunga kertas lebih tahan lama dibandingkan bunga segar, produk tetap rentan terhadap kerusakan fisik, seperti robek atau kusut jika tidak dirawat dengan baik.

Kesadaran Pasar Terhadap Produk Baru: Meskipun produk unik, masih ada tantangan dalam membangun kesadaran pasar mengenai keunggulan dan keindahan buket bunga kertas dibandingkan bunga segar atau produk lainnya yang lebih umum.

- Faktor Eksternal

a). Opportunities (Peluang)

Sistem pemasaran. Strategi promosi yang kami terapkan sederhana. Kampus dan media sosial akan menjadi sasaran utama kampanye pemasaran kami.

b). Threats (Ancaman)

Persaingan usaha kami meningkat tajam seiring meluasnya bisnis sejenis. Kemudahan akses informasi pembuatan rangkaian bunga melalui internet menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, pengembangan ide-ide inovatif mutlak diperlukan guna mempertahankan daya saing.

1. Aspek Organisasi

Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Susunan keorganisasian yang di rencanakan oleh Bucket Bunga.

1. Nama Usaha : Éclora flower
2. Jenis Usaha : Kado
3. Alamat Usaha : Tataaran Patar
4. Nama Pemilik : Kelompok 2
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik Usaha

Bisnis rintisan ini berkecimpung dalam dunia perlengkapan hias dan cendera mata, menjangkau pelanggan melalui jalur penjualan daring dan luring. Pembelian dapat dilakukan secara langsung atau melalui kontak daring di Instagram dan WhatsApp.

2. Aspek Produksi

Tenaga Produksi

Proyek baru ini akan diluncurkan oleh tim beranggotakan tiga belas individu, yang akan menangani seluruh proses, mulai dari pengadaan perlengkapan sampai pembuatan vas bunga. Yang Dimana disetiap anggota kelompok memiliki tugasnya masing – masing.

Bahan Baku
Kertas bekas
Kertas Origami
Gunting
Tusuk Sate
Lem kertas
Kertas Bucket
Pita
Selotip
Styrofoam
Penggaris
Koin logam

3. Aspek Keuangan

Biaya Tetap (Fixed cost)

Tabel 1. Fixed cost

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1.	Gunting	3 buah	Rp 7.000	Rp 21.000
2.	Penggaris	2 buah	Rp 2.000	Rp 4.000
3.	Tusuk sate	1 pack	Rp 6.000	Rp 6.000
4.	Selotip	1 pcs	Rp 5.000	Rp 5.000
5.	Pita	1 roll	Rp 23.000	Rp 23.000
6.	Lem Kertas	1 botol	Rp 4.000	Rp 4.000
TOTAL				Rp 63.000

Biaya Variabel (Variabel cost)

Tabel 2. Variabel cost

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1.	Kertas Origami	1 pack	Rp 5.000	Rp 5.000
2.	Kertas bucket	7 roll	Rp 4.000	Rp 28.000
3.	Styrofoam	2 balok	Rp 5.000	Rp 10.000
TOTAL				Rp 43.000

Biaya total

- Biaya total = biaya tetap + biaya variabel
 $= \text{Rp } 63.000 + \text{Rp } 43.000$
 $= \text{Rp } 106.000$

a. Biaya Variable yang dibutuhkan untuk 1 kali produksi adalah

$$= \text{Rp } 43.000 : 2$$

$$= \text{Rp } 21.500$$

b. Total Biaya Produksi Yang Di Keluarkan Pada Awal Produksi

$$= \text{Rp } 21.500 + \text{Rp } 63.000$$

$$= \text{Rp } 84.500$$

c. Total Biaya Produksi Pada Awal Produksi : Jumlah Produk Awal Yang Dihasilkan Pada Awal Produksi

$$= \text{Rp } 84.500 : 2$$

$$= \text{Rp } 42.250$$

d. Harga jual per buah Rp 50.000

Modal awal

$$\begin{aligned}
 \text{a. Modal awal} &= \text{Total biaya tetap} + \text{Biaya variabel untuk 1 kali produksi} \\
 &= \text{Rp } 63.000 + \text{Rp } 43.000 \\
 &= \text{Rp } 106.000
 \end{aligned}$$

Analisi Titik Impas (Break Even Point)

- BEP harga = Total biaya produksi untuk awal produksi : produksi
 $= \text{Rp } 84.500 : 2$
 $= \text{Rp } 42.250$

- Harga Jual per unit Rp 50.000

Jadi, agar dapat mencapai titik impas maka dalam satu bucket bunga yang terjual yang harus terjual adalah Rp 50.000.

Analisis Keuntungan

- Pendapatan : bucket yang terjual x harga jual = $2 \times \text{Rp } 50.000$
 $= \text{Rp } 100.000$
- Total biaya produksi pada awal produksi : Rp 84.500
- Keuntungan = Pendapatan – Total biaya produksi
 $= \text{Rp } 100.000 - \text{Rp } 84.500$
 $= \text{Rp } 15.500$

Oleh karena itu, laba bersih dari penjualan dua bucket bunga seharga lima puluh ribu rupiah per unit di tahap produksi awal mencapai lima belas ribu lima ratus rupiah. Melalui perencanaan bisnis yang telah dirancang secara matang, dari segi pemasaran, organisasi, hingga produksi, kami percaya Éclora dapat menjadi solusi inovatif dalam menyajikan hadiah yang unik, bermakna, dan ramah lingkungan. Dengan mengoptimalkan potensi media sosial, kekuatan tim yang solid, serta gagasan produk yang inovatif, kami yakin bisnis ini dapat berkembang dan diterima dengan baik oleh pasar sasaran, terutama di kalangan mahasiswa dan pelajar.

Kesimpulan

Éclora flower merupakan usaha kreatif yang bergerak di bidang dekorasi dan hadiah, khususnya memproduksi bucket bunga dari kertas bekas. Usaha ini memiliki potensi besar karena menyasar segmen pasar yang tepat, yaitu remaja dan dewasa muda berusia 16–22 tahun yang sering merayakan momen spesial seperti kelulusan. Dengan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, Éclora flower mampu menjangkau pelanggan dengan lebih luas dan personal. Dari sisi produksi, Éclora flower memanfaatkan bahan-bahan sederhana dan ramah lingkungan, serta melibatkan seluruh anggota kelompok dalam proses pembuatannya. Meskipun terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan produksi manual dan kesadaran pasar yang masih rendah terhadap produk baru, Éclora flower tetap memiliki peluang besar untuk berkembang melalui kreativitas dan pelayanan yang baik. Secara finansial, usaha ini menunjukkan potensi keuntungan yang positif. Dengan modal awal sebesar Rp106.000 dan harga jual per produk sebesar Rp50.000, Éclora flower mampu

menghasilkan keuntungan sebesar Rp15.500 hanya dari penjualan dua bucket bunga. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Éclora flower memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- Abdulwase, R., Mohammed, A. A., & Ahmed, F. (2021). How Do Jiangsu Universities Manage the COVID-19 Pandemic? *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 3(2).
- Asbaha, F. R. (2019). *Peran Komunitas Enigami Dalam Pengolahan Limbah Kertas Menjadi Barang Ekonomis (Studi Kasus Pada Komunitas Enigami Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah.
- BD, A. I., Ilham, M., Ahiri, J., Fahril, R., Maharani, I., Syaiful, M., & Juliawan, E. (2023). Pemanfaatan koran bekas menjadi kerajinan bernilai jual tinggi pada masyarakat. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 162–172.
- Dapas, F. (2015). Analisis jejak ekologis melalui studi jejak karbon pada transportasi darat. *Jurnal Ilmiah Sains*, 117–123.
- Darmawan, B., Alfiandra, A., Asri, A., Diana, C., Rohmah, D. I. A., Anitasya, E., Tirandini, E., Shianita, E. T. A., Rahma, F. A., & Santayuda, I. (2025). Sentuhan Kreatif: Meningkatkan Kreativitas dan Seni Melalui Kegiatan Proyek Kerajinan Aksesoris Manik-manik dan Cempal Kain Perca di Panti Asuhan Baiturrahman Rantau Kasih Palembang. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 216–223.
- Dartanto, A. S., & Arif Rozaq, M. K. (2019). *Dunia Koleksi: Hulu Hilik Kepemilikan Karya Seni*. Penerbit Ombak.
- Haerapil, H. (2023). *Tinjauan Fiqhi Muamalah Mengenai Akad Ijarah Terhadap Jual Beli Buket Uang Di Kota Palopo (Studi Kasus Toko Az-Zahra Pengrajin Buket Uang)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Lantemona, I. H., Wowiling, S. A. S., Boka, I. R. Y., Liow, F. E. R. I., & Turang, I. F. Y. (2024). *Tata kelola produksi yang seimbang, membangun keberlanjutan dan efisiensi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Maziyah, E. N., & Rahmi, V. A. (2023). Analisis Usaha Produk Kerupuk “Abidzar” Di Desa Ujungpangkah Dengan Metode Smart Business Map. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 9–19.
- Nurfadillah, A. A. (2024). *Analisis Swot Dan Stp Dalam Pemasaran Digital Melalui Instagram Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Madebypipu. Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri*.
- Nurhidayatulloh, S. (2018). *Pemberdayaan Ekonomi Pemuda Karang Taruna Melalui Pengolahan Barang Bekas Berbahan Plastik Di Desa Gilang Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo*. Skripsi tidak dipublikasikan) Surabaya: Universitas Negeri Sunan Ampel.
- Pertiwi, A. D., Nurfatimah, S. A., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021).

- Implementasi nilai pendidikan karakter dalam mata pelajaran pkn di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4328–4333.
- Prasetianingrum, Y. (2022). Pemberdayaan ekonomi kreatif pemuda Karang Taruna dalam menciptakan kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan pakaian bekas di Desa Jomblang Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan. *Skripsi*). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Pratama, M. Y. (2015). *Nilai Estetika Kerajinan Cangkang Kerang Ud. Baru Senang (Halik Mawrdi) Panarukan Situbondo*. State University of Surabaya.
- Puspitasari, E. (2024). Pemanfaatan Seni Kerajinan Tangan Makrame Untuk Meningkatkan Keterampilan Produktif Karang Taruni Di Lingkungan Desa Keniten. *Jurnal Humaniora Revolutioner*, 8(9).
- Rahmadani, W. (2021). *Analisis Terhadap Penggunaan Uang Kertas Sebagai Bouquet dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang*. UIN Ar-raniry.
- Saputri, I. (2024). *Analisis Riba Dalam Praktik Jual Beli Bucket Uang di Kota Parepare*. IAIN Pare pare.
- Sartika, R. D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Media Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kerajinan Tangan (Studi Pada Kerajinan Tangan Miniatur Hewan, Kelurahan Metro, Kecamatan Metro Pusat)*. IAIN Metro.
- Suryani, L. (2022). *Kreativitas Siswa Dalam Memanfaatkan Barang Bekas Sebagai Media Pembelajaran Sbk Kelas V Sdn Kutukulon*. IAIN Ponorogo.
- Vidyatmoko, D., & Rosadi, A. H. Y. (2015). Faktor utama kesuksesan wirausaha di industri pangan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(1), 47–65.
- Wulandari, A. (2022). *Batik Nusantara: Makna filosofis, cara pembuatan, dan industri batik*. Penerbit Andi.