



Pengembangan Usaha Bunga Plastik Tiruan: Analisis Pemasaran, Produksi, dan Keuangan

Miftahul Hariz ^{1*}, Mahindah Mahindah ², Jasmine Damayanti ³, Muhammad Yasin ⁴

¹⁻⁴ Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: mfthlhrs@email.com *

Abstract. This study aims to analyze the factors influencing consumer purchasing decisions for artificial flower products, marketing strategies used, and challenges in production and distribution. A descriptive qualitative approach was applied through a case study on the Fake Flower Plastic business. Data were collected via interviews, observations, documentation, and questionnaires. The results indicate that product quality, aesthetics, pricing, and social media influence significantly affect consumer decisions. Digital marketing via social media and influencer collaboration proved effective in reaching target consumers. Production challenges include raw material efficiency and sustainability, while distribution is hindered by logistics and packaging issues. The study recommends improving product quality, design innovation, and strengthening marketing and distribution strategies to support sustainable business growth.

Keywords: artificial flowers, consumer behavior, digital marketing, production

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bunga plastik tiruan, strategi pemasaran yang digunakan, serta tantangan dalam produksi dan distribusi. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada usaha Fake Flower Plastic. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk, estetika, harga, serta pengaruh media sosial berperan penting dalam keputusan pembelian. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dan kerja sama dengan influencer terbukti efektif dalam menjangkau konsumen. Tantangan produksi meliputi efisiensi bahan baku dan keberlanjutan, sedangkan distribusi menghadapi kendala logistik dan pengemasan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas produk, inovasi desain, serta penguatan strategi pemasaran dan distribusi untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: bunga plastik, pemasaran digital, perilaku konsumen, produksi

1. LATAR BELAKANG

Di era modern ini, semakin banyak orang yang menginginkan keindahan tanpa harus repot merawat tanaman hidup. Urgensi untuk menghadirkan elemen dekoratif dalam ruang tinggal dan kerja meningkat, terutama di tengah kesibukan gaya hidup urban. Tanaman hias sering kali memerlukan perawatan rutin, dan banyak orang tidak memiliki waktu atau keterampilan untuk merawatnya. Oleh karena itu, bunga plastik tiruan menjadi solusi yang praktis dan estetis, memberikan keindahan tanpa memerlukan perawatan yang intensif.

Peluang pasar untuk produk bunga plastik tiruan sangat menjanjikan. Dengan meningkatnya kesadaran akan desain interior dan eksterior, konsumen semakin mencari cara untuk menghias ruang mereka dengan cara yang efisien dan ekonomis. Selain itu, tren dekorasi yang terus berubah menciptakan permintaan yang stabil untuk produk-produk baru dan inovatif. Dengan menawarkan berbagai jenis bunga plastik yang realistik dan menarik, bisnis

ini dapat menjangkau segmen pasar yang luas, mulai dari pemilik rumah, pengusaha, hingga perencana acara.

Kekuatan utama dari bisnis "Fake Flowers Plastic" terletak pada kemampuan untuk menggabungkan keindahan dan daya tahan. Produk bunga plastik yang berkualitas tinggi tidak hanya terlihat alami tetapi juga tahan lama, sehingga dapat digunakan dalam berbagai kondisi lingkungan tanpa risiko kerusakan. Selain itu, bunga plastik tidak terpengaruh oleh musim, menjadikannya pilihan yang ideal untuk dekorasi sepanjang tahun. Ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen yang ingin menghias ruang mereka tanpa khawatir tentang fluktuasi harga atau ketersediaan tanaman hidup.

Dari sisi keberlanjutan, penggunaan bunga plastik juga menjadi alternatif yang menarik. Meskipun terbuat dari bahan plastik, produk ini dapat diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Dengan meningkatnya perhatian terhadap isu-isu lingkungan, konsumen semakin terbuka terhadap pilihan dekorasi yang tidak hanya estetis tetapi juga mempertimbangkan dampak ekologis. Oleh karena itu, bisnis ini dapat memposisikan diri sebagai pilihan yang bertanggung jawab dan modern.

Strategi pemasaran yang efektif akan memainkan peran kunci dalam kesuksesan bisnis ini. Dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial, "Fake Flowers Plastic" dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan membangun komunitas yang peduli terhadap dekorasi interior. Selain itu, kolaborasi dengan desainer interior dan perencana acara dapat membuka peluang untuk pemasaran yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas merek.

Secara keseluruhan, bisnis "Fake Flowers Plastic" menawarkan solusi inovatif untuk kebutuhan dekorasi yang praktis dan estetis. Dengan mempertimbangkan urgensi, peluang pasar, dan kekuatan produk, usaha ini memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Dengan strategi yang tepat, bisnis ini tidak hanya akan memberikan keuntungan finansial tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin mencari solusi dekorasi yang efisien dan menarik.

2. KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya mereka, termasuk waktu dan uang, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam konteks bunga plastik tiruan, penting untuk memahami motivasi di balik pilihan konsumen, seperti kebutuhan akan keindahan

dekorasi tanpa perawatan yang intensif(Adha, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin padatnya kehidupan urban membuat konsumen lebih memilih solusi praktis yang tidak memerlukan banyak perhatian (Nur Khobibah *et al.*, 2023).

Kualitas Produk dan Estetika

Kualitas produk adalah faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Kualitas dapat diukur melalui delapan dimensi, termasuk kinerja, fitur, dan daya tahan(Laila and Sudarwanto, 2018). Dalam konteks bunga plastik tiruan, kualitas produk dapat diartikan sebagai seberapa realistik dan menarik produk tersebut ketika digunakan sebagai elemen dekoratif. Estetika, yang berkaitan dengan keindahan dan daya tarik visual, juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih produk yang memiliki nilai estetika tinggi, yang dapat meningkatkan persepsi mereka terhadap kualitas (Bago, Sutardjo and Anggraini, 2022).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran yang efektif harus mencakup analisis pasar, segmentasi, penargetan, dan posisi produk(Khairunnisa, 2022). Dalam konteks bisnis bunga plastik tiruan, penting untuk mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan merumuskan pesan pemasaran yang sesuai. Penggunaan media sosial dan platform digital telah menjadi semakin penting dalam strategi pemasaran modern, memungkinkan bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan membangun komunitas yang peduli terhadap produk mereka (Sulistiyani, 2016).

Tantangan dalam Produksi dan Distribusi

Produksi dan distribusi bunga plastik tiruan menghadapi berbagai tantangan, termasuk pemilihan bahan baku yang ramah lingkungan dan efisiensi dalam proses produksi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengadopsi praktik produksi yang berkelanjutan untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan (Susilo and Athallah, 2023). Selain itu, distribusi yang efisien sangat penting untuk memastikan produk tersedia di pasar tepat waktu dan dalam kondisi baik. Tantangan ini memerlukan inovasi dan kolaborasi antara produsen, distributor, dan pengecer untuk menciptakan rantai pasokan yang efektif.

Dapat disimpulkan bahwa kajian teori ini memberikan dasar yang kuat untuk penelitian tentang bisnis bunga plastik tiruan. Dengan memahami perilaku konsumen, kualitas produk, strategi pemasaran, dan tantangan dalam produksi dan distribusi, diharapkan penelitian ini

dapat memberikan wawasan yang berguna untuk pengembangan bisnis dan keputusan strategis yang lebih baik.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada usaha Fake Flower Plastic. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta tantangan yang dihadapi dalam produksi dan distribusi produk bunga plastik tiruan.

Jika digunakan data kuantitatif (misalnya survei konsumen), maka pendekatan yang digunakan adalah mixed methods dengan menggabungkan data kualitatif dari wawancara dan observasi, serta data kuantitatif dari kuesioner.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkungan operasional dan pemasaran usaha Fake Flower Plastic, termasuk lingkungan digital (media sosial, e-commerce), serta lokasi pemasaran langsung seperti pameran atau bazar.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data:

1. Data primer, diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, karyawan produksi, dan beberapa konsumen.
2. Data sekunder, diperoleh dari dokumen internal usaha (seperti laporan keuangan dan laporan penjualan).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuesioner untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga, estetika, dan efektivitas promosi.
2. Dokumentasi, seperti laporan keuangan, gambar produk.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk data kualitatif. Setiap temuan dari wawancara dan observasi akan dikategorikan berdasarkan tema utama: strategi pemasaran, perilaku konsumen, kualitas produk, dan tantangan produksi/distribusi.

Jika digunakan kuesioner, maka data kuantitatif akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif, seperti persentase, rata-rata, dan diagram distribusi responden.

Validitas Data

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Validitas juga diuji melalui member check kepada narasumber kunci untuk mengonfirmasi kebenaran data yang ditafsirkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bunga plastik tiruan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bunga plastik tiruan juga perlu diperhatikan. Harga menjadi pertimbangan penting, di mana konsumen cenderung membandingkan harga bunga plastik dengan produk dekoratif lainnya. Menawarkan harga yang kompetitif dan penawaran khusus dapat menarik perhatian lebih banyak pelanggan. Selain itu, kualitas produk, termasuk daya tahan dan estetika, serta kemudahan penggunaan, juga menjadi faktor penentu. Ulasan dan rekomendasi dari orang lain, baik melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut, dapat sangat memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen lebih cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh teman atau influencer terpercaya, sehingga penting bagi bisnis untuk membangun reputasi yang baik.

Strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan bunga plastik tiruan di pasar yang kompetitif

Strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan bunga plastik tiruan di pasar yang kompetitif. Penggunaan media sosial untuk membangun merek dan berinteraksi dengan pelanggan menjadi fokus utama. Pemanfaatan influencer di bidang dekorasi dan gaya hidup dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Konten visual yang menarik, seperti video tutorial dan ide dekorasi, dapat diunggah di platform seperti Instagram dan Pinterest untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, mengikuti pameran dan acara terkait memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada pelanggan. Penawaran promosi, seperti diskon atau paket bundling, juga dapat mendorong konsumen untuk mencoba produk.

Tantangan yang dihadapi dalam produksi dan distribusi bunga plastik tiruan, dan bagaimana cara mengatasinya

Namun, adapun tantangan dalam produksi dan distribusi bunga plastik tiruan harus dihadapi dengan bijak. Tantangan dalam produksi meliputi pemilihan bahan baku yang berkualitas dan ramah lingkungan. Untuk mengatasi hal ini, bisnis perlu menjalin kemitraan dengan pemasok yang dapat menyediakan bahan berkualitas tinggi. Proses produksi harus dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi limbah. Selain itu, tantangan distribusi muncul dalam memastikan produk sampai ke konsumen dalam kondisi baik. Oleh karena itu, penting untuk bekerja sama dengan distributor yang memiliki reputasi baik dan menggunakan kemasan yang aman untuk melindungi produk selama pengiriman. Mengembangkan sistem manajemen rantai pasokan yang efisien juga akan membantu memastikan ketersediaan produk di pasar sesuai permintaan.

Secara keseluruhan, dengan memahami motivasi konsumen, persepsi terhadap produk, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta tantangan yang dihadapi, bisnis "Fake Flowers Plastic" dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai keberhasilan di pasar yang kompetitif. Dengan fokus pada kualitas, pemasaran yang tepat, dan manajemen yang efisien, diharapkan bisnis ini dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam era modern yang serba cepat, kebutuhan akan solusi dekorasi yang praktis dan estetis semakin meningkat, menjadikan bisnis bunga plastik tiruan sebagai pilihan yang menarik bagi konsumen. Melalui penelitian ini, telah teridentifikasi beberapa faktor kunci yang mendorong konsumen memilih bunga plastik tiruan dibandingkan dengan bunga hidup, termasuk kepraktisan, daya tahan, dan variasi desain yang ditawarkan. Konsumen cenderung mencari produk yang tidak memerlukan perawatan intensif namun tetap memberikan nilai estetika yang tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis bunga plastik tiruan tidak hanya memenuhi kebutuhan dekorasi konsumen yang semakin beragam, tetapi juga menawarkan peluang pasar yang menjanjikan dalam industri dekorasi. Dengan fokus pada kualitas produk, pemasaran yang efektif, dan manajemen yang baik, bisnis ini dapat mencapai kesuksesan yang diharapkan di pasar yang kompetitif.

Saran

1. Peningkatan Kualitas Produk

Usaha Fake Flower Plastic disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk dengan memilih bahan baku yang lebih tahan lama, realistik, dan jika memungkinkan, ramah lingkungan. Kualitas produk yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra merek di tengah persaingan pasar yang ketat.

2. Inovasi dalam Desain dan Variasi Produk

Perlu dilakukan inovasi secara berkala dalam desain, warna, dan model bunga plastik agar sesuai dengan tren dekorasi terkini. Menyediakan variasi ukuran dan tema (misalnya tema rustic, modern, elegan) akan membantu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik visual produk.

3. Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital

Disarankan untuk memanfaatkan secara maksimal platform digital dan media sosial, terutama Instagram, TikTok, dan Pinterest, yang memiliki kekuatan visual tinggi. Penggunaan influencer yang relevan dengan niche dekorasi rumah dan gaya hidup minimalis juga dapat meningkatkan jangkauan dan kredibilitas merek.

DAFTAR REFERENSI

- Adha, S. (2022) ‘Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur’, Jipis, 31(2), pp. 134–148. Available at: <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>.
- Bago, R., Sutardjo, A. and Anggraini, M.D. (2022) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang’, Jurnal Matua, 4(2), pp. 215–226. Available at: <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/571>.
- Khairunnisa, C.M. (2022) ‘Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper’, JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, 5(1), p. 98. Available at: <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>.
- Laila, E.J. and Sudarwanto, T. (2018) ‘Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo’, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 6(1), pp. 1–9.
- Nur Khobibah et al. (2023) ‘The Phenomenon of Social Shopping in Generation Z’, Medium, 11(02), pp. 36–49. Available at: [https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11\(02\).14305](https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11(02).14305).
- Sulistiyani, S. (2016) ‘ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM’, pp. 1–23.

Susilo, R.F.N. and Athallah, S.F. (2023) ‘Penggunaan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Membangun Sistem Pangan Berkelanjutan Di Indonesia’, Jurnal Imagine, 3(2), pp. 106–107. Available at: <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/imagine>.