



PELUANG BOUQUET BAGI GEN Z MERAUP KEUNTUNGAN BISNIS

Article history

Received: 30 Desember 2024

Revised: 10 Maret 2025

Accepted: 21 Maret 2025

DOI: [10.35329/jurnal.v5i1.5946](https://doi.org/10.35329/jurnal.v5i1.5946)

¹Irmayani, ¹Herawati, ¹Aryani, ^{1*}Herlina, ¹Muthmainnah

¹Universitas Al Asyariah Mandar.

**Corresponding Author*

herlinaahmad39@gmail.com

Abstrak

Usaha karangan bunga dan buket memiliki peluang besar di tengah meningkatnya permintaan akan produk kreatif untuk berbagai acara seperti wisuda, pernikahan, dan ulang tahun. Namun, tantangan utama dalam bisnis ini adalah sifat permintaannya yang musiman dan persaingan yang ketat di pasar. Oleh karena itu, inovasi dalam desain, strategi pemasaran digital, serta layanan personalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi bisnis buket bagi generasi Z dan strategi yang dapat diterapkan agar usaha ini berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan observasi pasar untuk mengidentifikasi tren bisnis buket serta tantangan yang dihadapi. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui media sosial menjadi strategi utama dalam menarik pelanggan, sementara inovasi dalam desain produk, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan dan buket tematik, dapat meningkatkan daya jual. Dengan memahami tren pasar dan menerapkan strategi yang tepat, bisnis buket dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi generasi muda.

Kata kunci: *Buket, bisnis kreatif, pemasaran digital, Gen Z.*



Gambar 1. Contoh Produk yang bisa dihasilkan

1. PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dikenal dengan kreativitas dan adaptabilitasnya terhadap teknologi. Dalam mencari peluang bisnis yang sesuai dengan minat dan keterampilan mereka, usaha pembuatan buket bunga muncul sebagai opsi menarik. Bisnis ini tidak hanya memanfaatkan kreativitas, tetapi juga menawarkan fleksibilitas dan potensi keuntungan yang signifikan. Sarosa (2006:5) menambahkan salah satu alasan memulai berbisnis adalah memaksimalkan kemampuan. Kemampuan yang dimaksud dapat berupa ide kreatif dalam menjalankan bisnis, termasuk usaha tidak meninggalkan rumah yang dapat lebih efektif dilakukan.

Dalam perkembangannya, Tabelessy (2021:89) Menuturkan tentang kemajuan bisnis pada zaman dewasa ini sangat pesat dan kekuatannya semakin tidak terbendung sehingga semakin berpengaruh terhadap persaingan bisnis. Dengan semakin banyaknya pesaing yang masuk dalam persaingan, maka para pengusaha semakin gencar pula dalam mempertahankan kedudukannya di pasar. Tujuannya adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya yang pada akhirnya adalah untuk mempertahankan konsumennya.

Sari & Maemunah (2024) menjelaskan bahwa Buket yang saat ini banyak dijadikan sebagai peluang usaha adalah karya seni yang terdiri dari sejumlah bunga/barang yang disusun secara estetik atau indah dalam satu rangkaian sehingga memiliki daya tarik dan daya jual. Setiap buket memiliki karakteristik yang unik tergantung pada jenis bunga yang digunakan, warna, tekstur, dan desain susunannya. Bunga-bunga dipilih berdasarkan kombinasi estetika visual dan makna simbolisnya, yang sering kali memiliki makna tersirat dalam konteks budaya atau situasi tertentu.

Meskipun demikian, adapula hal yang perlu dijadikan sebagai Salah satu Ciri yang melekat pada pelaku usaha makro adalah tingkat pendidikan yang rendah. Rendahnya tingkat pendidikan pelaku industri kecil menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan (entrepreneurship) yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usaha. Ciri umum dari usaha-usaha mikro adalah bahwa usaha ekonomi yang di jalankan masih ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang paling dasar, (Purnama & Suyanto, 2010)

Penjualan buket bunga mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Tren Hadiah Personal dan Bermakna bagi masyarakat semakin mencari hadiah yang personal dan bermakna untuk berbagai momen spesial, seperti wisuda, pernikahan, atau ulang tahun. Buket bunga menjadi pilihan populer karena mampu menyampaikan perasaan dan apresiasi secara mendalam. Tren ini diperkirakan akan terus berkembang seiring meningkatnya permintaan terhadap hadiah yang lebih personal dan bermakna.

Hafni & Rozali (2019) Keberhasilan pembangunan di Indonesia identik dengan terciptanya laju pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi, salah satu sektor riil yang dapat mengurangi tingkat pengangguran adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelaku bisnis buket bunga terus berinovasi dengan menciptakan desain yang unik dan kreatif, seperti buket bunga kering, buket karakter berbahan kain flanel, atau kombinasi dengan item lain seperti snack dan uang. Inovasi ini menarik minat konsumen yang mencari sesuatu yang berbeda dan estetik. Ditambah Pemasaran Digital dan Media Sosial. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok oleh pelaku bisnis buket bunga telah meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Konten menarik seperti tutorial merangkai bunga, behind the scenes proses pembuatan buket, dan testimoni pelanggan mampu menarik perhatian calon konsumen, terutama dari kalangan milenial dan Gen Z.

Salah satu alasan yang paling masuk akal mengapa bisnis ini mulai banyak dijajah generasi muda adalah modal usaha yang terjangkau dan fleksibilitas. Bisnis buket bunga menawarkan fleksibilitas dalam hal waktu dan tempat pengerjaan, sehingga cocok sebagai usaha sampingan. Proses pembuatan buket terbilang cukup mudah, bahkan bagi pemula,

dan memungkinkan penjual untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam desain dan komposisi buket. Bisnis buket bunga dapat dimulai dengan modal yang relatif kecil, bahkan mulai dari Rp500.000. Selain itu, fleksibilitas dalam hal tempat dan waktu pengerjaan membuatnya cocok sebagai usaha sampingan bagi berbagai kalangan, termasuk mahasiswa dan ibu rumah tangga. Maka sangat tepatlah bisnis ini dijalankan bagi mahasiswa prodi pendidikan bahasa Indonesia. Salah satu keunggulan bisnis buket bunga adalah kebutuhan modal awal yang relatif rendah. Dengan modal sekitar Rp500.000, seseorang sudah dapat memulai usaha ini. Harga jual buket bervariasi, tergantung pada jenis dan ukuran, dengan buket bunga kecil dijual mulai dari Rp35.000 hingga Rp50.000.

Menurut Wati et al.(2025) Study kelayakan sebuah bisnis adalah hasil analisis yang mencakup beragam perspektif, baik dari sudut hukum, finansial, dan sosial, sudut pandang pasar dan periklanan, sudut khusus dan inovatif hingga eksekutif yang digunakan sebagai dasar penelitian atau pemantauan usaha dan hasilnya dapat digunakan untuk menentukan apakah usaha atau bisnis harus dilanjutkan atau ditunda dan tidak dijalankan.

Selanjutnya, peningkatan kesadaran akan kewirausahaan di kalangan generasi muda memang perlu ditingkatkan, pasalnya banyak sekali mahasiswa yang telah menyelesaikan studi tetapi tidak mampu berinovasi sehingga jumlah pengangguran di Indonesia semakin meningkat. Institusi pendidikan dan komunitas semakin mendorong generasi muda untuk terjun ke dunia wirausaha kreatif, termasuk bisnis buket bunga. Workshop dan pelatihan pembuatan buket bunga menjadi inspirasi bagi mereka untuk memulai usaha sendiri, meningkatkan kreativitas, dan kemandirian finansial.

Adaptasi dengan Permintaan Pasar adalah salah satu strategi bisnis ini dapat bertahan. Pelaku bisnis buket bunga yang mampu beradaptasi dengan permintaan pasar, seperti mengikuti tren desain terbaru dan menawarkan produk sesuai kebutuhan konsumen, berhasil meningkatkan volume penjualan mereka. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan promosi kreatif, turut berperan dalam pertumbuhan bisnis ini. Secara keseluruhan, kombinasi antara inovasi produk, strategi pemasaran yang tepat, dan perubahan preferensi konsumen terhadap hadiah yang lebih personal telah mendorong pertumbuhan pesat penjualan buket bunga dalam beberapa tahun terakhir.

Permintaan akan buket bunga tetap stabil, terutama untuk acara-acara seperti wisuda, pernikahan, dan perayaan lainnya. Selain itu, tren memberikan buket sebagai hadiah semakin populer di kalangan anak muda, menjadikan pasar ini semakin luas. Menurut sebuah artikel, permintaan bunga cukup stabil, dan inovasi produk bisa beragam, sehingga menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan.

Di era digital saat ini, kehadiran online akan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing bisnis. Pemasaran digital menawarkan peluang besar untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, efektif, dan efisien. Namun banyak pelaku UMKM, termasuk toko buket bunga, yang belum memahami cara mengoptimalkan media digital sebagai alat pemasaran. Selain itu, desain produk yang kurang menarik dan monoton sering kali membuat UMKM kesulitan bersaing dengan bisnis lain yang lebih inovatif. (Cahyani, 2024)

Beberapa institusi pendidikan mendorong generasi muda untuk terjun ke bisnis kreatif seperti pembuatan buket bunga. Misalnya, Universitas Lampung mengadakan workshop untuk memotivasi generasi Z dalam menciptakan peluang bisnis kreatif melalui bisnis buket bunga. Bisnis buket bunga memiliki potensi keuntungan yang menarik. Dengan inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang luas dan meraih keuntungan yang signifikan. Selain itu, bisnis ini dapat menjadi ladang cuan bagi mahasiswa tanpa mengganggu perkuliahan mereka. Secara keseluruhan, bisnis buket bunga menawarkan peluang yang menjanjikan bagi generasi Z untuk meraup keuntungan. Dengan modal yang terjangkau, fleksibilitas waktu, dan potensi pasar yang luas, usaha ini layak dipertimbangkan sebagai langkah awal dalam dunia kewirausahaan..

2. METODE

Metode usaha dijalankan dengan membuka lapak usaha. Deskripsi usaha yang diajukan adalah usaha karangan bunga dan buket bunga yang berfokus pada pasar mahasiswa dan pelajar. Usaha ini menawarkan berbagai produk seperti:

- Buket bunga segar yang dirangkai dengan kreativitas tinggi untuk momen spesial seperti wisuda, ulang tahun, atau perayaan lainnya.
- Buket bunga kering yang tahan lama dan cocok sebagai dekorasi maupun hadiah.
- Buket tematik seperti buket hijab, buket snack, atau buket berbahan unik lainnya yang sesuai dengan tren kekinian dan kebutuhan pelanggan muda.

Produk akan dipasarkan melalui media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens mahasiswa. Usaha ini dirancang sebagai bisnis kreatif dan fleksibel yang memanfaatkan bahan lokal berkualitas, memungkinkan mahasiswa untuk menjadikan momen spesial lebih berkesan tanpa membebani anggaran mereka

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kotler & Kevin (2013) menyatakan bahwa desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Produk atau jasa yang ditawarkan dalam usaha karangan bunga dan buket bunga mahasiswa ini tentu akan lebih banyak mencoba mendesaian sesuai kebutuhan pasar. Hal tersebut sejalan pula dengan Tjiptono (2015) yang menyatakan bahwa desain produk adalah produk yang dipasarkan berdasarkan kualitas produk akhir yang disesuaikan dengan spesifikasi yang dikehendaki pelanggan meliputi:

- Buket Bunga Segar:** Rangkaian bunga segar yang dirancang untuk acara-acara spesial seperti wisuda, ulang tahun, dan perayaan lainnya. Buket ini mengedepankan desain kreatif yang sesuai dengan preferensi mahasiswa.
- Buket Bunga Kering:** Produk dekoratif yang tahan lama dengan sentuhan estetika, cocok untuk hadiah atau hiasan ruangan.
- Buket Snack dan Buket Kreatif Lainnya:** Variasi buket tematik seperti buket snack, hijab, atau souvenir berbahan unik lainnya yang populer di kalangan mahasiswa.
- Custom Bouquet:** Pelanggan dapat memesan buket sesuai permintaan, termasuk pilihan bunga, warna, dan tema tertentu.
- Paket Acara Spesial:** Jasa pembuatan karangan bunga untuk kebutuhan acara besar seperti pesta, seminar kampus, atau wisuda kolektif. Produk ini memanfaatkan desain kreatif, bahan lokal berkualitas, dan dipasarkan secara efektif melalui media sosial untuk menjangkau mahasiswa dengan harga terjangkau

Strategi Pemasaran dan Target Pasar

Berikutnya, strategi pemasaran adalah suatu upaya untuk memasarkan suatu produk, baik itu produk atau jasa, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan potensi penjualan suatu penawaran dibatasi oleh jumlah orang yang mengetahuinya.

Target pasar Widiyanto, dkk (2022) menambahkan bahwa target market atau pasar dalam usaha ini lebih fokus pada pembelian kepada para remaja dan dewasa. Pada usia-usia tersebut nampaknya lebih sering memerlukan produk ini sebagai hadiah yang akan diberikan untuk orang-orang terkasih. Harapannya mampu bersaing dengan para pengusaha bucket diluar sana, dengan nilai keunikan dari produk ini, harga jual kompetitif berdasar dari tingkat kesulitan dan ukuran produk. untuk usaha karangan bunga dan buket bunga mahasiswa dapat ditentukan berdasarkan beberapa segmen berikut:

- a. **Mahasiswa dan Pelajar:** Segmen utama adalah mahasiswa yang sering membutuhkan buket untuk acara seperti wisuda, ulang tahun, atau perayaan lainnya. Harga yang terjangkau menjadi faktor penting untuk menarik segmen ini.
- b. **Keluarga dan Teman Mahasiswa:** Orang tua, keluarga, atau teman mahasiswa yang ingin memberikan hadiah berupa buket bunga atau buket kreatif pada momen spesial, seperti wisuda atau pencapaian akademik lainnya.
- c. **Kalangan Muda dan Milenial:** Milenial atau generasi muda yang menyukai estetika modern dalam produk hadiah, seperti buket snack atau bunga kering yang unik.
- d. **Institusi Pendidikan dan Organisasi Kampus:** Universitas atau organisasi kampus yang memesan buket secara massal untuk acara wisuda, seminar, atau penghargaan kepada mahasiswa. Strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan segmen ini, seperti menggunakan media sosial dan memanfaatkan momen-momen akademik untuk meningkatkan daya tarik produk.

Rencana Operasional

Pengadaan Bahan Baku:

- a. Beli bunga segar dari pemasok.
- b. Siapkan bahan pelengkap seperti plastik transparan, pita, kertas hias, dan aksesoris.
- c. Untuk buket kreatif (snack/uang), siapkan item utama seperti makanan ringan atau uang kertas.

Proses Produksi:

- a. Desain buket berdasarkan tema (wisuda, ulang tahun, dll.).
- b. Rakit dan hias buket sesuai pesanan pelanggan.
- c. Gunakan pendingin atau ruangan khusus untuk menjaga bunga tetap segar.

Quality Control:

- a. Periksa hasil akhir buket agar sesuai dengan permintaan pelanggan.
- b. Lakukan pengemasan yang aman jika buket akan dikirim.

Lokasi Usaha

Pilihan Lokasi Strategis:

- a. Dekat kampus atau kawasan ramai mahasiswa, seperti kos-kosan atau kantin universitas.
- b. Memanfaatkan ruang kecil di rumah dengan pemasaran online.

Pertimbangan Lain:

- a. Pastikan lokasi mudah dijangkau pelanggan dan memiliki ruang cukup untuk produksi serta penyimpanan.

Jadwal Pelaksanaan

Persiapan (Minggu 1-2):

- a. Cari pemasok bahan baku.
- b. Siapkan alat produksi dan desain contoh produk.
- c. Buat media pemasaran seperti akun media sosial.

Produksi dan Peluncuran (Minggu 3):

- a. Mulai menerima pesanan melalui media sosial.
- b. Uji coba layanan dengan diskon promosi awal.

Operasional Rutin (Minggu 4 dan seterusnya):

- a. Produksi sesuai pesanan.
- b. Evaluasi layanan berdasarkan umpan balik pelanggan dan tingkatkan jika diperlukan. Dengan langkah ini, usaha dapat berjalan efisien dan menjangkau target pasar mahasiswa.

Rencana Keuangan

Berikut adalah estimasi modal awal, alokasi anggaran, dan proyeksi pendapatan untuk usaha karangan bunga dan buket bunga mahasiswa:

1. Modal Awal dan Alokasi Anggaran

Komponen	Jumlah	Biaya (Rp)	Keterangan
Bunga Segar	50 tangkai	1.000.000	Bahan baku utama
Bahan Pelengkap	50 set	500.000	Pita, kertas hias, plastik, dll.
Peralatan Produksi	1 set	1.000.000	Gunting, lem tembak, dll.
Penyimpanan	1 lemari bunga	1.500.000	Pendingin/pengeringan bunga
Sewa Lokasi (jika perlu)	6 bulan	3.000.000	Dekat kampus
Pemasaran Online	-	500.000	Iklan media sosial
Total		7.500.000	Modal awal

Periode	Penjualan (Buket)	Harga/Buket (Rp)	Pendapatan (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Laba (Rp)
Bulan 1	100	100.000	10.000.000	5.000.000	5.000.000
Bulan 2-6	500	100.000	50.000.000	25.000.000	25.000.000
Tahun (total)	1 1200	100.000	120.000.000	60.000.000	60.000.000

Proyeksi Pendapatan

Dengan strategi pemasaran yang efektif dan kontrol kualitas, usaha ini dapat mencapai laba bersih sebesar Rp 60 juta di tahun pertama.

4. SIMPULAN

Usaha karangan bunga dan buket bunga mahasiswa ini memiliki harapan besar agar dapat berjalan lancar, memberikan manfaat bagi para pelanggan, serta menjadi inspirasi bagi mahasiswa lain untuk berani memulai usaha. Kami berkomitmen untuk selalu memberikan produk terbaik dengan sentuhan kreativitas dan kualitas yang unggul.

Dengan tulus, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung perjalanan kami, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dukungan dari keluarga, teman, dosen pembimbing, dan mitra usaha sangat berarti bagi keberhasilan kami. Kami juga mengapresiasi kepercayaan pelanggan yang memilih produk kami untuk momen spesial mereka..

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Dwi. Dkk. 2024. *Optimalisasi Pemasaran Digital dan Keterampilan Kreatif bagi UMKM Toko Buket bunga untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan*. Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 2, Issue 4, 2024
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare709>
- Hafni, Roswita & Rozali, Ahmad. 2019. *Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap penyerapan tenaga kerja di indonesia*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/290536405.pdf>. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan.

- Kotler, Philip & Kevin, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Jakarta Erlangga
- Purnama, Chamdan & Suyanto. 2010. *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur)*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.12, No. 2, September 2010: 177-184.
- Sarosa, Pietra. 2006. *Kiat Praktis Membuka Usaha*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sari, Elsa Viyana & Maemunah, Mei. *Analisis Permasalahan Bisnis Buket Bunga @Bouquet.Elsa vs Menggunakan Metode SWOT*. Jurnal Multidisiplin Bhatara. <https://www.subset.id/index.php/BHATARA/article/view/177>
- Tabelessy, Walter. 2021. *Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon*. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/86862692/202-libre.pdf>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta ANDI
- Wati, Raras Wardah Kartika, dkk. 2025. *Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Optimalisasi Bisnis Bucket*. Vol.12No.01EdisiJanuari-Maret2025Hal.1558-1562. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/indexPublishedby:ITTCINDONESIAJurnalEkonomiDanBisnisDigitalVol.02No.03Januari-Maret>
- Widianto, Tri. Dkk. 2022. *Pelatihan Peningkatan Ekonomi Kreatif Bucket Snack Dan Pemasaran Digital Marketing Pada Ibu-Ibu Pkk Di Desa Ngadirejo Karanganyar*. INCIDENTAL: Journal of Community Service and Empowerment. <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/incidental/article/view/377/1254>