

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan Dimsflorist



Gambar 1.1 Logo Dimsflorist

Sumber: *Dimsflorist*

Dimsflorist adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang didirikan pada tahun 2018. Usaha ini bergerak dalam bidang industri kreatif, dengan fokus pada penyediaan berbagai jenis karangan bunga, seperti karangan bunga papan, handbouquet, dan bunga meja. Berlokasi di Jl. Kramat Jl. Ciherang Raya No.27, Sukatani, Kecamatan Tapos, Kota Depok, Jawa Barat 16454, Dimsflorist berkomitmen untuk menyediakan produk yang tidak hanya memiliki nilai estetika tinggi, tetapi juga dirancang sesuai kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dengan dedikasi tinggi terhadap kualitas dan pelayanan, Dimsflorist telah melayani berbagai kebutuhan konsumen, mulai dari acara pernikahan, perayaan, hingga momen duka cita, yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan melalui pendekatan layanan berbasis permintaan.

1.1.2 Visi dan Misi

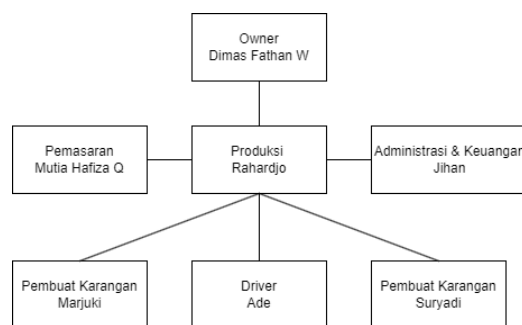
a. Visi

Menjadi penyedia layanan karangan bunga terkemuka yang dikenal akan kreativitas, kualitas, dan kepuasan pelanggan di tingkat lokal maupun nasional.

b. Misi

- 1) Menyediakan berbagai produk karangan bunga dengan kualitas terbaik dan desain yang inovatif.
- 2) Memberikan layanan yang ramah, profesional, dan personal untuk memenuhi kebutuhan setiap pelanggan.
- 3) Mengutamakan ketepatan waktu dalam penyediaan dan pengiriman produk guna memastikan kepuasan pelanggan.
- 4) Terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar.

1.1.3 Struktur Organisasi Dimsflorist



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber: Dimsflorist

Struktur organisasi ini menggambarkan pembagian tugas yang jelas, di mana setiap anggota memiliki peran yang spesifik dalam mendukung kegiatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), mulai dari produksi hingga pemasaran dan keuangan.

Struktur ini memiliki beberapa fungsi pendukung yang mendukung jalannya operasional, di antaranya:

1. Owner

Dimas Fathan W, bertindak sebagai pengambil keputusan utama, mengawasi keseluruhan operasi bisnis, serta bertanggung jawab untuk visi dan misi perusahaan.

2. Pemasaran

Mutia Hafiza Q, bertanggung jawab atas strategi promosi dan penjualan. Tugas utama di departemen ini termasuk perencanaan pemasaran, interaksi dengan pelanggan, dan kegiatan branding untuk meningkatkan penjualan.

3. Administrasi & Keuangan

Jihan, bertugas di departemen administrasi & keuangan, yang menangani segala hal terkait pengelolaan uang, mulai dari pencatatan transaksi, pembayaran, hingga pelaporan keuangan.

4. Produksi

Rahardjo, memimpin departemen produksi, yang mengelola tim pembuat karangan bunga serta memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas. Di bawah Rahardjo, terdapat dua pembuat karangan bunga, yaitu Marjuki dan Suryadi keduanya memiliki tanggung jawab untuk merancang dan membuat karangan bunga sesuai dengan pesanan pelanggan.

5. *Driver*

Ade, bertanggung jawab sebagai *driver* yang mengantarkan karangan bunga ke pelanggan. Fungsi ini penting dalam memastikan layanan pengiriman berjalan dengan baik dan tepat waktu.

1.1.4 Produk

Dimsflorist menawarkan berbagai jenis produk karangan bunga yang indah dan bermakna untuk berbagai acara. Salah satu produk utamanya adalah karangan bunga papan, yang sering digunakan untuk ucapan selamat, pernikahan, atau belasungkawa. Bunga papan ini biasanya berukuran besar dan dirancang dengan tulisan-tulisan khusus sesuai kebutuhan pelanggan. Selain

itu, Dimsflorist juga menyediakan bunga meja, yang elegan dan cocok untuk mempercantik ruang pertemuan, acara pernikahan, atau sebagai hadiah. Dimsflorist juga menjual bunga *standing*, yaitu rangkaian bunga yang disusun tegak pada tiang, yang biasanya digunakan dalam acara formal seperti peresmian atau peluncuran produk. Produk lainnya adalah buket tangan atau *hand bouquet*, yang terdiri dari rangkaian bunga yang lebih kecil dan dipegang dengan tangan, sering dipilih untuk acara-acara pribadi seperti pernikahan, ulang tahun, atau hadiah romantis. Semua produk Dimsflorist dirancang dengan kreativitas tinggi dan bahan bunga segar, sehingga dapat disesuaikan dengan permintaan dan selera pelanggan.

Karangan Bunga Papan	
Bunga Meja	

Bunga Standing	
Buket Tangan	

Tabel 1.1 Produk Dimsflorist

Sumber: Dimsflorist

1.2 Latar Belakang

UMKM di Indonesia tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi, tetapi juga memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan, dan mendorong stabilitas sosial di masyarakat (Pengangguran Melalui Peningkatan & Kesumadewi, 2024). Menurut Tambunan (dalam Widjaja et al., 2018) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha di semua sektor ekonomi. Menurut Puspadini (2024), UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dan berperan penting dalam menjaga stabilitas sosial-ekonomi. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM

menyumbang sekitar 61,07% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2021 (Kamsidah, 2022). Di tahun yang sama, terdapat 64,19 juta unit UMKM yang berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja hingga 97% dari total tenaga kerja nasional (Sasongko, 2020). Sektor ini tidak hanya menjadi sumber lapangan kerja utama, tetapi juga berperan dalam distribusi ekonomi yang lebih merata, terutama di daerah pedesaan dan perkotaan kecil.

Data UMKM 2018-2023						
Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0.70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Gambar 1. 3 Data UMKM

Sumber: (Kadin Indonesia, 2023)

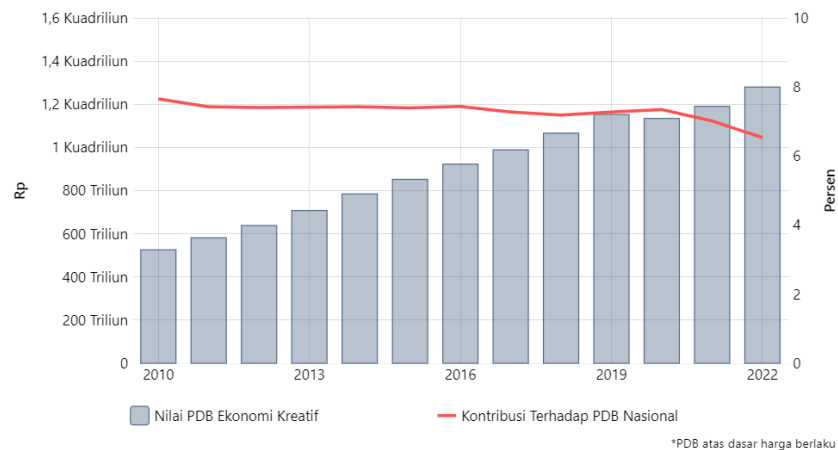
Berdasarkan Data pertumbuhan UMKM dari tahun 2018 hingga 2023 memberikan gambaran jelas mengenai dinamika sektor UMKM dalam menghadapi perubahan ekonomi di Indonesia. Data grafik ini menunjukkan bagaimana UMKM merupakan sektor yang sangat dinamis, dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, sosial dan eksternal lainnya. Penurunan yang signifikan pada tahun 2020 mengindikasikan dampak besar dari krisis global seperti pandemi COVID-19, yang mengakibatkan banyak UMKM harus menutup usahanya atau mengurangi skala operasional. Namun, kebangkitan sektor ini pada tahun-tahun berikutnya menunjukkan adaptasi dan resiliensi yang dimiliki oleh UMKM di Indonesia. Salah satu bentuk adaptasi penting tersebut adalah pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Dalam era digital, UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi guna meningkatkan efisiensi, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memperkuat daya saing. Menurut (Mawarsari, 2023), digitalisasi menjadi peluang bagi UMKM untuk beralih dari perdagangan tradisional ke tren baru yang menerapkan teknologi. Dimsflorist yang merupakan bagian dari industri

kreatif florikultura, dinamika ini sangat relevan. Fluktuasi ekonomi dan perubahan kondisi pasar memengaruhi daya saing UMKM, termasuk toko bunga seperti Dimsflorist, yang harus mampu menyesuaikan diri dengan tren pasar, perubahan permintaan, serta tantangan dalam rantai pasokan. Perubahan tren ini juga menuntut UMKM untuk lebih inovatif, baik dalam hal produk maupun strategi pemasaran. Model bisnis akan menjadi kunci bagi UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Industri florikultura merupakan bagian dari sektor hortikultura yang memfokuskan pada budidaya tanaman hias seperti bunga dan tanaman lainnya yang memiliki nilai estetika dan ekonomi tinggi. Industri ini mencakup seluruh rangkaian proses, mulai dari pratanam hingga pascapanen, yang bertujuan menciptakan keindahan dan kenyamanan di berbagai ruang (Ismawati, 2015). Sektor florikultura tidak hanya memiliki fungsi estetika tetapi juga berperan penting dalam ekonomi, terutama dalam pasar tanaman hias. Tren permintaan bunga, baik untuk keperluan dekoratif maupun acara khusus, terus meningkat seiring dengan perkembangan gaya hidup yang semakin mengapresiasi estetika dan penghijauan ruang. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha di bidang ini untuk terus mengembangkan produk mereka dan berinovasi dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Sebagai salah satu UMKM, Dimsflorist yang bergerak pada industri kreatif, sektor florikultura memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Keterkaitan antara florikultura dan industri kreatif memungkinkan UMKM seperti Dimsflorist untuk berinovasi dalam produk-produk yang mereka tawarkan, mulai dari desain karangan bunga hingga pemanfaatan tren baru dalam tanaman hias. Dengan demikian, sektor ini memberikan potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut guna meningkatkan daya saing.



Gambar 1. 4 Produk Domestik Bruto Ekraf

Sumber: Databooks (Ahdiat, 2024)

Grafik tersebut menunjukkan perkembangan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif yang secara konsisten meningkat dari tahun ke tahun. Grafik ini menggambarkan peningkatan signifikan dalam kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional, meskipun ada sedikit penurunan kontribusi persentase pada beberapa tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor ekonomi kreatif, termasuk industri florikultura, memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Peningkatan nilai PDB ini menunjukkan bahwa sektor tersebut terus berkembang dan menjadi salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Peningkatan bisnis florist di Indonesia juga didorong oleh pertumbuhan pasar bunga secara nasional maupun global. Menurut Badan Pusat Statistik dalam Najwa (2025), mencatat bahwa petani domestik berhasil mengekspor 1.659 ton bunga dengan nilai 3,91 juta US dollar, meningkat 23,53% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 1.343 ton. Data ini menunjukkan bahwa industri bunga Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dan berkontribusi terhadap pasar internasional, meskipun masih menghadapi tantangan berupa fluktuasi pasokan akibat faktor cuaca dan serangan hama.

Sejalan dengan tren positif tersebut, industri florikultura dan ekonomi kreatif juga mengalami perkembangan yang signifikan. Menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) dalam Sugiarto (2022) ekonomi kreatif didefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang

menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utamanya. Mengingat florikultura berkontribusi besar terhadap pasar tanaman hias, pertumbuhan ini menunjukkan adanya potensi besar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, termasuk Dimsflorist. Data ini memberikan landasan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana UMKM di sektor florikultura dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saingnya.

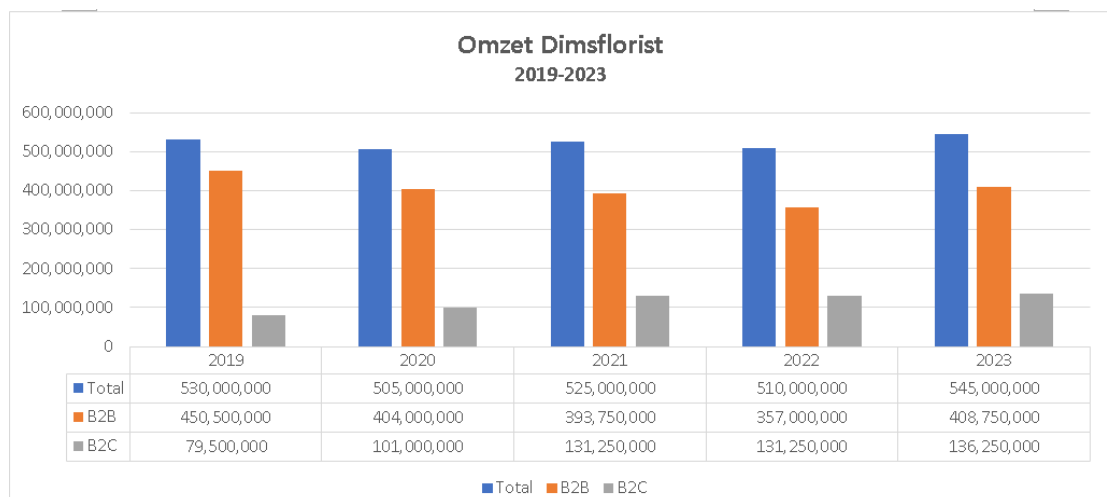
Florikultura, atau usaha budidaya dan penjualan tanaman hias dan bunga, merupakan bagian penting dari industri kreatif. Tanaman hias merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi, sehingga banyak yang menjadikannya sebagai peluang usaha yang menjanjikan karena dilihat dari segi permintaan dan harga jual juga sangat tinggi (Qomariyah & Utomo, 2021). Dalam konteks Dimsflorist, bisnis ini bergerak dalam penjualan karangan bunga seperti bunga papan, *handbouquet*, dan bunga meja. Di Indonesia, industri florikultura sedang mengalami pertumbuhan, didorong oleh meningkatnya permintaan bunga untuk keperluan pribadi maupun acara – acara seremonial. Namun, bisnis ini juga sangat bergantung pada pasokan bunga segar, yang ketersediaannya dipengaruhi oleh kondisi cuaca, musim, dan rantai pasokan yang sering kali tidak stabil.

Kota Depok yang terletak strategis di wilayah Jabodetabek, memegang peranan penting sebagai salah satu kota penyangga utama Jakarta. Kota Depok tidak hanya dikenal sebagai kawasan hunian, tetapi juga sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. Salah satu penggerak utama dalam perekonomian lokal adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ekosistem UMKM di Depok telah berkembang pesat, menjadikannya sebagai motor penggerak ekonomi yang signifikan dalam membantu mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat setempat.

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia secara keseluruhan, dengan kontribusi signifikan dari daerah penyangga seperti Depok (Cantika, 2023). Kontribusi UMKM terhadap

perekonomian Depok dapat dilihat dari jumlah usaha kecil yang terus meningkat setiap tahun. Pada tahun 2023, tercatat ada lebih dari 22.000 UMKM yang terdaftar di Kota Depok, sebagian besar di sektor perdagangan, kuliner, jasa, serta industri kreatif (Siska et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya mampu menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi lokal.

Heru Budi Hartono Penjabat Gubernur DKI Jakarta menyatakan Kita menyadari bahwa sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, termasuk penggerak ekonomi Kota Jakarta (Faruq, 2023). Sebagai kota yang berdekatan dengan Jakarta, Depok memiliki keunggulan strategis dalam hal akses pasar. Banyak produk-produk UMKM dari Depok yang dapat dengan mudah dipasarkan di ibu kota, yang memiliki daya beli tinggi. Hal ini memberikan potensi besar bagi pelaku UMKM di Depok untuk meningkatkan skala usaha mereka dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1.5 Grafik Omzet Dimsflorist

Sumber: Dimflorist

Berdasarkan grafik laporan keuangan tahunan Dimsflorist dari 2019 hingga 2023, terlihat adanya fluktuasi dalam omzet yang menggambarkan dinamika bisnis yang dihadapi. Pada awal periode, omzet menunjukkan tren penurunan pada tahun

2020, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh dampak pandemi global, di mana banyak sektor usaha mengalami perlambatan ekonomi. Namun, grafik juga menunjukkan pemulihan bertahap di tahun-tahun berikutnya, dengan peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan kemampuan adaptasi Dimsflorist dalam menghadapi tantangan eksternal seperti perubahan ekonomi dan kondisi pasar yang tidak menentu.

Tren pertumbuhan ini dapat dikaitkan dengan upaya meningkatkan inovasi dalam produk dan layanan, serta memperluas jangkauan pemasaran. Dalam konteks ini, peningkatan omzet pada tahun 2023 menjadi indikator keberhasilan strategi perusahaan dalam mengatasi hambatan yang dihadapi selama periode sebelumnya. Kondisi ini juga sejalan dengan perkembangan sektor UMKM secara umum, yang mengalami pertumbuhan meskipun sempat terhambat pada tahun 2020. Data ini menunjukkan bagaimana Dimsflorist mampu bangkit dari keterpurukan ekonomi akibat pandemi dan menunjukkan kinerja yang semakin positif di tahun-tahun berikutnya, mencerminkan potensi yang dimiliki oleh sektor UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

UMKM Dimsflorist bergerak di industri kreatif toko bunga. Sebagai salah satu sektor bisnis yang bersaing di pasar lokal, Dimsflorist menghadapi berbagai tekanan eksternal dan internal yang mempengaruhi kelangsungan operasionalnya. Dari aspek eksternal, persaingan dengan toko bunga lain menjadi tantangan signifikan. UMKM ini harus bersaing dengan toko-toko bunga lainnya, baik yang berskala kecil maupun besar, termasuk mereka yang telah memiliki nama besar atau jaringan *online* yang lebih kuat. Persaingan ini mencakup faktor harga, kualitas produk, serta layanan yang ditawarkan, yang dapat menjadi tekanan berat bagi Dimsflorist untuk tetap bersaing. Selain itu, perubahan tren pasar juga menambah tekanan, mengingat preferensi konsumen terhadap desain karangan bunga, warna, hingga jenis bunga terus berkembang. Dimsflorist dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan tren agar tetap relevan di mata konsumen. Di samping itu, ketersediaan dan harga bahan baku turut memengaruhi operasional bisnis. Sebagai toko bunga yang sangat bergantung pada pasokan bunga segar, faktor-faktor eksternal seperti cuaca, musim, serta distribusi bahan baku dapat berdampak

langsung terhadap ketersediaan stok dan harga, yang kemudian memengaruhi harga jual produk kepada konsumen.

Dari segi dinamika internal, kapasitas produksi terbatas menjadi salah satu kendala utama. Dengan hanya tiga orang pembuat karangan bunga, Dimsflorist mungkin mengalami kesulitan memenuhi lonjakan pesanan, terutama pada saat-saat puncak seperti hari raya atau acara-acara khusus, yang berpotensi memengaruhi kualitas produk serta ketepatan waktu pengiriman. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi permasalahan internal yang perlu diantisipasi. Ketergantungan pada karyawan tertentu dapat menyebabkan disruption dalam operasional jika terjadi ketidakhadiran atau pengunduran diri, terutama dalam aspek produksi dan pengiriman. Tekanan ini diperparah dengan tantangan dalam pengiriman, mengingat Dimsflorist hanya memiliki satu orang *driver*, sehingga risiko keterlambatan pengiriman cukup tinggi, terutama jika jumlah pesanan meningkat atau area pengiriman meluas. Selain itu, faktor eksternal seperti kemacetan lalu lintas atau kerusakan kendaraan dapat menambah tekanan dalam menjaga kepuasan pelanggan melalui pengiriman yang tepat waktu.

Dimsflorist memiliki visi untuk memperluas jangkauan pasar dengan bermitra dan bekerja sama dengan minimal 30 pelanggan tetap, seperti instansi pemerintah, perbankan, pengembang perumahan, dan toko bunga lainnya (V38/DF). Namun, hingga saat ini, pencapaian kemitraan baru mencapai 20 mitra kerja. *Gap* atau kesenjangan ini menunjukkan adanya potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan tetap, yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap omzet dan keberlanjutan bisnis.

Asumsi yang mendasari target ini adalah bahwa dengan memiliki minimal 30 mitra kerja, Dimsflorist dapat meningkatkan pendapatan harian secara signifikan. Dalam skenario ideal, apabila setiap mitra kerja memesan karangan bunga atau produk lainnya setidaknya satu kali dalam 30 hari atau satu bulan berjalan, maka omzet harian akan lebih stabil dan cenderung meningkat. Dengan kata lain, target kemitraan ini tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan.

Menindaklanjuti target kemitraan tersebut, penting untuk memahami

bagaimana posisi pelanggan khususnya mitra kerja mempengaruhi arah strategi inovasi model bisnis. Dalam penelitian ini, pelanggan utama Dimsflorist adalah mitra kerja, yaitu entitas bisnis atau institusi seperti instansi pemerintah, perbankan, *developer* perumahan, dan toko bunga lain, yang melakukan pemesanan produk secara reguler dalam skema kerja sama berkelanjutan. Dengan karakteristik tersebut, mitra kerja diklasifikasikan sebagai pelanggan dalam segmen *Business to Business* (B2B), karena mereka berkontribusi signifikan terhadap pendapatan dan kelangsungan operasional harian Dimsflorist. Sementara itu, terdapat pula pelanggan dari kalangan umum atau individu dalam lingkungan mitra kerja yang melakukan pemesanan atas nama pribadi. Pelanggan ini termasuk dalam segmen *Business to Customer* (B2C), namun dalam konteks penelitian ini mereka bukan fokus utama. Permasalahan utama yang diidentifikasi berasal dari segmen B2B, seperti ketidak terpenuhinya kebutuhan layanan cepat, konsistensi kualitas, dan akses distribusi yang efisien. Oleh karena itu, pelanggan terutama dalam bentuk mitra kerja B2B diposisikan sebagai sumber utama tantangan sekaligus peluang dalam perancangan inovasi model bisnis baru yang lebih kompetitif dan terintegrasi.

Namun, kenyataan saat ini menunjukkan bahwa Dimsflorist belum mencapai target tersebut, sehingga diperlukan inovasi dan terobosan model bisnis untuk mengatasi kesenjangan ini. Salah satu langkah strategis adalah dengan mengevaluasi model bisnis yang ada melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC). Inovasi model bisnis ini diharapkan dapat membantu Dimsflorist mengidentifikasi peluang baru, memperbaiki proposisi nilai, dan memperluas hubungan dengan mitra kerja potensial.

Dengan inovasi yang tepat, Dimsflorist tidak hanya dapat mencapai target 30 mitra kerja, tetapi juga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya di tengah dinamika pasar *florist* yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan model bisnis yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan pasar, sekaligus mendukung pencapaian target strategis usaha-nya.

Berbagai tekanan eksternal dan dinamika internal ini menunjukkan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Dimsflorist dalam menjaga keberlanjutan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam tantangan-tantangan tersebut dan mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional Dimsflorist di tengah tekanan industri yang semakin dinamis.

Dengan terjadinya permasalahan tersebut Dimsflorist perlu untuk melakukan inovasi terhadap model bisnis yang telah dijalankan saat ini untuk mengatasi permasalahan tersebut terutama dari masalah yang paling signifikan yaitu, persaingan dengan toko bunga yang lain. *Business Model Canvas* (BMC) tidak hanya digunakan dalam menggambarkan model bisnis saat ini, tetapi dapat juga digunakan untuk menyarankan rencana model bisnis yang baru (Maghfirah et al., 2012). Dalam melakukan inovasi terhadap model bisnis pada Dimsflorist terdapat beberapa metode yang dapat digunakan seperti menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC) merupakan suatu bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis (Fritscher & Pigneur, 2014). Selain itu dengan adanya alat ini para pelaku usaha dapat dengan mudah untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana perusahaan bisa menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Dalam peta model bisnis ini terdapat 9 blok bangunan yang terdiri dari segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, dan struktur biaya. Sembilan blok pada *Business Model Canvas* (BMC) saling berkaitan dan berkorelasi sehingga dapat memudahkan Dimsflorist untuk melakukan proses evaluasi terhadap model bisnisnya.

Dimsflorist sebagai salah satu UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif, perlu mengadopsi digitalisasi dalam pengembangan model bisnisnya untuk tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan. Digitalisasi tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga mampu meningkatkan efisiensi proses bisnis, memperluas akses pasar, dan memperkuat citra merek secara profesional (Nethub Solo, 2025).

Dengan melakukan inovasi terhadap model bisnis saat ini pada Dimsflorist, penentuan inovasi pada model bisnis usulan dikaitkan dengan *Value Proposition*

Canvas (VPC) dan *Business Model Environment* pada Dimsflorist. Penggunaan analisis *Value Proposition Canvas* (VPC) dimaksudkan untuk meningkatkan *value* atau nilai yang ada pada bisnis model Dimsflorist serta sebagai landasan dalam penyusunan inovasi model bisnis. *Value Proposition Canvas* (VPC) adalah alat yang dirancang untuk membantu bisnis menciptakan proposisi nilai yang tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Osterwalder et al., (2015), *Value Proposition Canvas* (VPC) membantu bisnis dalam memahami pekerjaan yang ingin diselesaikan oleh pelanggan (*jobs to be done*), rasa sakit atau hambatan yang dialami (*pains*), serta keuntungan yang diinginkan (*gains*). Dengan memahami tiga aspek ini, bisnis dapat merancang produk atau layanan yang tidak hanya relevan tetapi juga mampu memecahkan masalah spesifik yang dihadapi pelanggan. Hal ini berimplikasi pada peningkatan daya saing usaha, karena bisnis yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih baik akan memiliki keunggulan dalam menciptakan loyalitas dan mempertahankan pangsa pasar.

Value Proposition Canvas (VPC) berperan sentral dalam proses perancangan inovasi model bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC), karena berfungsi sebagai elemen inti yang mengarahkan seluruh komponen model bisnis agar selaras dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Melalui analisis *Value Proposition Canvas* (VPC), Dimsflorist dapat mengidentifikasi pekerjaan yang ingin diselesaikan pelanggan, seperti mencari bunga yang tepat untuk acara tertentu atau mencari hadiah yang sesuai. Selain itu, *Value Proposition Canvas* (VPC) juga membantu Dimsflorist memahami *pains* yang dirasakan pelanggan, seperti keterbatasan waktu untuk memilih bunga yang tepat atau kesulitan dalam mengakses layanan yang cepat dan efisien. Dari sini, Dimsflorist dapat merancang solusi yang mampu mengurangi rasa sakit tersebut, misalnya dengan menyediakan layanan pesan antar yang cepat atau kurasi bunga yang dipersonalisasi. Selain memahami *pains*, analisis *Value Proposition Canvas* (VPC) juga mengarahkan Dimsflorist untuk menemukan *gains* atau keuntungan yang diinginkan pelanggan, seperti kemudahan akses, kualitas bunga yang premium, atau harga yang kompetitif. Dengan memberikan nilai-nilai ini, Dimsflorist dapat meningkatkan *value proposition* yang mereka tawarkan, sehingga dapat lebih menarik dan

memuaskan pelanggan. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disebutkan, maka penelitian ini akan membahas masalah pada Dimsflorist yang berjudul “Inovasi Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: UMKM Dimsflorist).”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang diuraikan dalam latar belakang, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Dimsflorist, baik secara eksternal maupun internal. UMKM seperti Dimsflorist memainkan peran penting dalam ekonomi lokal dan nasional, namun menghadapi berbagai tekanan yang membutuhkan perhatian khusus, maka pertanyaan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Dimsflorist saat ini dalam menghadapi tantangan eksternal dan internal?
2. Apa saja kebutuhan dan preferensi utama pelanggan Dimsflorist berdasarkan analisis *Value Proposition Canvas* (VPC)?
3. Bagaimana *Business Model Environment* untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh Dimsflorist?
4. Bagaimana inovasi model bisnis yang dapat dirancang menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang berlandaskan pada *Value Proposition Canvas* (VPC) dan *Business Model Environment* untuk meningkatkan daya saing Dimsflorist?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis model bisnis Dimsflorist saat ini dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memahami elemen-elemen kunci yang memengaruhi kinerja bisnis.

2. Mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pelanggan Dimsflorist melalui analisis *Value Proposition Canvas* (VPC) guna memperoleh wawasan tentang proposisi nilai yang relevan.
3. Mengidentifikasi tantangan internal dan eksternal Dimsflorist melalui *Business Model Environment* (BME).
4. Merancang inovasi model bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC) yang berfokus pada penyesuaian proposisi nilai dengan kebutuhan pelanggan serta meningkatkan daya saing Dimsflorist.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini difokuskan untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan baik dalam aspek praktis maupun akademis. Penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk menjawab perumusan masalah yang telah diidentifikasi, tetapi juga bertujuan untuk menawarkan solusi yang dapat diterapkan dalam praktik dan memperkaya wawasan teoretis di bidang terkait. Melalui pendekatan yang komprehensif terhadap tantangan yang dihadapi oleh Dimsflorist sebagai pelaku UMKM dalam industri kreatif, diharapkan penelitian ini mampu memberikan dampak positif yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak, baik di lingkungan bisnis, pemerintah, maupun komunitas akademik.

1.5.1 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap industri kreatif, khususnya pada sektor UMKM yang bergerak di bidang toko bunga seperti Dimsflorist. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan lingkungan eksternal, seperti persaingan pasar, perubahan tren, dan ketersediaan bahan baku, penelitian ini dapat membantu UMKM dalam mengembangkan strategi yang lebih adaptif dan tangguh. Selain itu, dari sisi operasional, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi SDM guna menghadapi tekanan permintaan dan pengiriman.

1.5.2 Aspek Akademis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai strategi manajemen pada UMKM di sektor industri kreatif. Dalam konteks akademis, studi ini memberikan wawasan yang lebih terperinci mengenai bagaimana UMKM dapat beradaptasi dengan tantangan-tantangan lingkungan eksternal dan internal. Temuan-temuan dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada pengembangan model bisnis atau strategi pemasaran untuk UMKM dalam industri kreatif.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

1.6.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitianpenelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.