

BAB II

GAMBARAN UMUM FANCY FLORIST DAN PROFIL RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

Fancy Florist adalah usaha yang bergerak dibidang karangan bunga. Awal mula berdirinya Fancy Florist pada tanggal 4 Agustus 2015 yang didirikan oleh tiga orang mahasiswa Universitas Diponegoro. Mereka melihat adanya peluang untuk memulai bisnis buket bunga terutama di daerah dekat kampus karena pada saat itu toko buket bunga masih sangat jarang ditemui dan belum banyak dikenal oleh kalangan masyarakat terkait buket bunga sebagai hadiah.

Pertama kali memulai bisnis yaitu dengan berjualan online melalui sosial media instagram disertai dengan promosi dari mulut ke mulut. Kemudian seiring berjalannya waktu, dengan penjualan buket bunga yang terus meningkat terutama pada musim wisuda dan sidang kelulusan, tim melihat adanya peluang yang baik sehingga memutuskan untuk membuka toko offline pada Maret 2016. Toko Fancy Florist yang berukuran 5 kali 6 meter yang terletak di jalan Sumurboto III, Tembalang, Kota Semarang. Jam operasional toko mulai dari 08.00 – 19.00 WIB. Tempat ini dipilih karena lokasi yang strategis dekat dengan kampus-kampus yang berada di daerah Tembalang. Fancy Florist dipimpin oleh Mang Oding yang merupakan lulusan mahasiswa Universitas Diponegoro. Dua rekannya mengundurkan diri dari Fancy Florist karena sudah memiliki kesibukan masing-masing sehingga saat ini Fancy Florist dijalankan oleh Mang Oding dan istrinya.

Kemudian pada bulan Desember 2016 pemilik Fancy Florist memutuskan membuka toko kedua yang bertempat di Jalan raya Parpostel, Jatiasih, Kota bekasi, Jawa Barat. Toko tersebut juga memberikan penjualan yang cukup baik tetapi tidak selalu naik penjualannya dan terkadang masih ada hambatan naik turunnya penjualan. Fancy Florist ini menyediakan berbagai rangkaian bunga yang dapat dipesan sesuai kebutuhan konsumen dengan harga rata-rata mulai dari Rp50.000 – Rp4.000.000.

2.2 Produk Fancy Florist

Fancy Florist menyediakan beberapa produk yang memiliki variasi pilihan yang bisa dipesan oleh pelanggan, produk tersebut adalah buket bunga, *money bucket*, buket balon, buket snack, dan bunga papan. Harga yang ditawarkan pun cukup variatif mulai dari Rp50.000 – Rp4.000.000. berikut salah satu contoh produk dari Fancy Florist:

Gambar 2. 1 Produk Fancy Florist



Sumber: katalog Fancy Florist,2022

2.3 Visi Misi Fancy Florist

Setiap perusahaan biasanya memiliki berbagai impian dimana suatu perusahaan yang ingin berkembang baik tentunya harus mempunyai gagasan mengenai target-target yang hendak dicapai. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, perlu adanya gagasan tertulis yang tertuang dalam sistem manajemen, bentuk gagasan tersebut adalah visi dan misi perusahaan yang telah dibuat oleh pendiri. Visi dan misi yang baik adalah perusahaan harus mampu memberikan motivasi dan semangat dalam memperjuangkan rencana, tujuan, serta cita-cita yang hendak dicapai oleh perusahaan. selain itu perusahaan juga harus bersifat persuasif dimana anggota perusahaan mampu mengajak para karyawannya untuk berperan aktif dalam menyampaikan harapan, aspirasi, dan tujuan pribadi yang mendukung berjalannya perusahaan. Adapun visi dari Fancy Florist sebagai perusahaan yang memproduksi rangkaian bunga yang cantik dan menarik untuk memuaskan pelanggan sebagai berikut:

“Memberikan kebahagiaan untuk orang terkasih melalui rangkaian bunga yang cantik”

Melalui visi tersebut Fancy Florist menjadi penyedia produk buket bunga dengan kualitas produk yang terbaik dan dilakukan dengan penuh profesionalitas yang tinggi untuk memuaskan pelanggan dan mampu bersaing dengan kompetitor. Dalam rangka untuk mencapai visi, Fancy Florist memiliki misi untuk dijalankan. Misi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk mendukung sebuah tujuan di dalam suatu perusahaan. pentingnya misi dalam perusahaan yaitu untuk mencapai sebuah tujuan dalam perencanaan suatu kegiatan atau aktivitas yang dapat mendukung tercapainya sebuah visi yang telah dirancang. Adapun misi dari Fancy Florist sebagai berikut:

- a. Kepuasan konsumen adalah nomer satu.
- b. Mengutamakan kualitas terbaik baik dalam desain rangkaian bunga maupun pelayanan terhadap konsumen.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa visi tanpa adanya misi perusahaan tidak akan berjalan lancar dan memiliki arah yang jelas dalam mencapai sebuah tujuan yang dirancang dalam jangka waktu yang panjang.

2.4 Logo Fancy Florist

Logo merupakan sebuah lambang perusahaan atau organisasi yang memiliki makna dan ciri khas tersendiri sebagai salah satu identitas perusahaan. Logo adalah sebuah tanda yang memberi identitas dalam kegiatan proses bisnis dimana logo tersebut mampu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Pentingnya sebuah perusahaan mempunyai logo yaitu untuk membedakan perusahaan satu dengan lainnya. Perusahaan tentunya akan membuat logo yang baik untuk dimiliki. Logo yang baik adalah logo yang memberikan kesan sederhana atau simpel, memiliki ciri khas, tepat dan praktis namun bermakna bagi perusahaan tersebut. Dengan kesederhanaan logo tersebutlah akan membuat logo mudah diingat dan fleksibel ketika diterapkan kedalam berbagai macam media visual. Keuntungan logo yang baik dan tepat digunakan dalam sebuah perusahaan yaitu dapat memberikan kesan sederhana yang memiliki keindahan serta mudah dipahami dan diterima oleh konsumen. Logo yang dimiliki Fancy Florist yaitu memiliki tulisan yang khas dengan font berwarna biru tua dengan huruf F besar dengan sedikit aksesoris bunga dan disampingnya bertuliskan Fancy Florist. Berikut adalah logo dari Fancy Florist:

Gambar 2. 2 Logo Fancy Florist



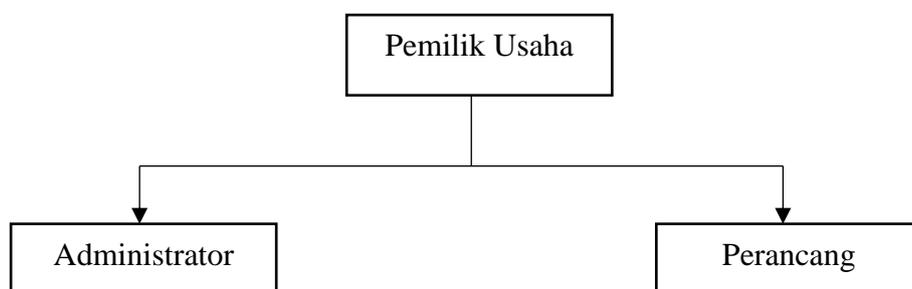
Sumber: dokumen perusahaan Fancy Florist, 2022

2.5 Struktur Organisasi Fancy Florist

Struktur organisasi merupakan sebuah susunan berbagai komponen atau unit-unit kerja yang terdapat dalam sebuah organisasi di masyarakat. Dengan adanya struktur organisasi maka bisa melihat pembagian kerja dan kegiatan yang berbeda bisa dikoordinasikan dengan baik. Struktur organisasi yang baik yaitu mampu memberikan kejelasan tanggungjawab setiap anggota perusahaan yang bertujuan agar pekerjaan tidak tumpang tindih jabatan dan tanggungjawab dari masing-masing anggotanya. Keuntungan yang diperoleh perusahaan jika memiliki struktur organisasi yang baik ialah deskripsi pekerjaan karyawan akan lebih jelas, koordinasi antar fungsi serta pembagian wewenang dan tanggungjawab antar departemen lebih jelas serta dapat mengurangi konflik internal yang kemungkinan dapat terjadi di dalam perusahaan.

Fancy Florist mempunyai struktur organisasi yang bertujuan agar seluruh aktivitas pekerjaan dapat berjalan dengan lancar. Adapun struktur organisasi yang dimiliki oleh Fancy Florist adalah organisasi fungsional yang merupakan struktur organisasi yang paling umum digunakan oleh sebuah organisasi maupun perusahaan. Struktur organisasi fungsional dapat dibagi berdasarkan fungsi manajemen seperti pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia. Fungsi ini memudahkan skill dan keterampilan yang dimiliki oleh setiap karyawan dapat dikelompokkan ke dalam satu unit kerja. Struktur organisasi Fancy Florist digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 3 BAGAN STRUKTUR ORGANISASI FANCY FLORIST



Sumber: dokumen perusahaan Fancy Florist, 2022

Berdasarkan struktur organisasi Fancy Florist diatas, berikut pembagian tugas dan tanggung jawab pada tiap-tiap bagian:

a. Pemilik Usaha

Pemilik usaha didalam Fancy Florist bertugas untuk memimpin dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan usaha, sekaligus bertanggung jawab atas pengamat dan perencana dalam kegiatan operasional perusahaan.

b. Administrator

Administrator memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pencatatan pemesanan serta pembukuan nota terhadap pemasukan dan pengeluaran yang terdapat di Fancy Florist. Pesanan yang diterima oleh administrator akan diajukan kepada perancang untuk dirancang sesuai pesanan pelanggan.

c. Perancang

Perancang bertugas untuk memproduksi produk dan melakukan pengantaran pesanan sesuai dengan permintaan pelanggan yang diperoleh melalui pengajuan dari administrator. Produk yang dirancang berupa rangkaian bunga.

2.6 Identitas Responden

Identitas responden merupakan data yang yang diperoleh dari responden terkait informasi yang berisikan keadaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Identitas responden diuraikan berdasarkan pengelempokan jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pengeluaran per bulan. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden yang merupakan masyarakat umum yang pernah membeli produk buket bunga Fancy Florist. Penelitian ini menggunakan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti dalam bentuk kuesioner melalui *Google Form* dengan beberapa responden yang memenuhi kriteria untuk memberikan pendapat dan alasan dalam menjawab setiap item pertanyaan.

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pelanggan yang membeli produk buket bunga Fancy Florist mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, salah satunya adalah jenis kelamin. Dalam pengambilan sampel ini adalah masyarakat umum yang terdiri dari laki-laki dan

perempuan yang memenuhi kriteria. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	36	36
2	Perempuan	64	64
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 responden (64%), sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 36 responden (36%). Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden

Pelanggan yang berasal dari masyarakat umum memiliki rentang usia yang berbeda-beda, sehingga pada penelitian ini pelanggan dari fancy Florist memiliki variasi usia yang berbeda pula. Berikut data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 2 Usia Responden

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	16-20	31	31
2	21-25	60	60
3	26-30	4	4
4	31-35	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa responden Fancy Florist memiliki usia yang berbeda-beda dengan rentang usia terbanyak berdasarkan data diatas adalah pada kelompok usia 21-25 yaitu sebanyak 60 responden (60%) dan kelompok usia 16-20 sebanyak 31 responden (31%).

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Rincian data mengenai status perkawinan responden Fancy Florist berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 2.3 sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Status Perkawinan

No	Status Perkawinan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Belum menikah	90	90
2	Menikah	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.3 status perkawinan responden dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden yang belum menikah sebanyak 90 responden (90%) dan 10 responden yang sudah menikah (10%).

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir adalah pendidikan yang telah ditempuh oleh responden. Berikut data responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	3	3
2	SMP/Sederajat	5	5
3	SMA/Sederajat	63	63
4	D1/D2/D3/D4	12	12
5	S1/S2/S3	17	17
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.4 diatas diketahui bahwa responden memiliki pendidikan terakhir yang berbeda-beda. Pendidikan terakhir yang memiliki responden terbanyak adalah pada jenjang SMA/Sederajat yakni sebanyak 63 responden (63%), kemudian pada jenjang S1/S2/S3 sebanyak 17 responden, pada jenjang D1/D2/D3/D4 sebanyak 12 responden, pada jenjang SMP/Sederajat

sebanyak 5 responden (5%), dan pada jenjang SD/Sederajat sebanyak 3 responden (3%).

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Rincian data mengenai jenis responden berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	77	77
2	Pegawai Negeri	5	5
3	Pegawai Swasta	10	10
4	Wirausaha	5	5
5	Lainnya	3	3
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari pelajar/mahasiswa yakni sebanyak 77 responden (77%), kemudian pegawai swasta sebanyak 10 responden (10%), pegawai negeri sebanyak 5 responden (5%), wirausaha sebanyak 5 responden (5%), serta 3 responden (3%) berasal dari ibu rumah tangga.

2.6.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan

Rincian data pengeluaran atau biaya dari responden dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, biaya belanja, ataupun biaya untuk membayar tempat tinggal terutama yang tinggal di perantauan. Berikut data pengeluaran responden per bulan:

Tabel 2. 6 Pengeluaran Responden

No	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Rp100.000 – Rp1.000.000	27	27
2	>Rp1.000.000 – Rp2.000.000	35	35
3	>Rp2.000.000 – Rp3.000.000	14	14

No	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
4	>Rp3.000.000 – Rp4.000.000	9	9
5	>Rp4.000.000	15	15
Jumlah		100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.6 diatas responden dengan pengeluaran terbanyak pada kisaran Rp1.000.000 – Rp2.000.000 dengan jumlah 35 responden (35%). Hal ini juga sejalan dengan tabel 2.5 dimana mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa yang masih bergantung pada uang saku pemberian orang tua