SKRIPSI

OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA: STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER, BUKET.ID30, DAN KOTAKKADO



OLEH

ST.HAJAR PUTRI
NIM: 2120203860202006

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA: STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER, BUKET.ID30, DAN KOTAKKADO

OLEH

ST.HAJAR PUTRI
NIM: 2120203860202006

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Optimalisasi Strategi Layanan Custom untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga :Studi Komparatif pada Anmusflower, Buket. 30, dan Kotakkado
Nama Mahasiswa	: St.Hajar Putri
NIM	: 2120203860202006
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-3978/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024
	Disetujui Oleh
Pembimbing Utama	: Dian Resky Pangestu, M.E. (.....)
NIP/NIDN	: 199505162022032011

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Nurkalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Optimalisasi Strategi Layanan Custom untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga :Studi Komparatif pada Anmusflower,Buket. 30, dan Kotakkado
Nama Mahasiswa	: St.Hajar Putri
NIM	: 2120203860202006
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-3978/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024
Tanggal Kelulusan	: 24 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dian Resky Pangestu, M.E.	(Ketua)	(.....)
Umaima, M.E.I.	(Anggota)	(.....)
Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلَى اٰلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِيْنَ أَمَّا بَعْد

Segala puji bagi Allah tuhan yang maha esa yang telah memberikan nikmat iman dan islam serta sholawat salam tak lupa kita kirimkan kepada junjungan kita nabi Muhammad saw, nabi yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Dengan rahmat allah swt memungkinkan peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif pada Anmusflower, Buket.30, dan Kotakkado" tepat pada waktunya. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana pendidikan (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada mama dan ayah yang tercinta, yang selalu mendukung segala progres penulis dari awal kuliah hingga bertempur dengan skripsi yang dimana tanpa doanya penulis tidak mungkin mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga telah mendapat bimbingan yang banyak dari dosen pembimbing utama yaitu ibu Dian Resky Pangestu, M.E. yang telah memberikan segala waktunya sehingga penulis bisa terus melanjutkan serta menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, beliau telah dengan tulus meluangkan waktu serta memberikan dedikasi yang tinggi dalam

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mendampingi proses pendidikan. Atas segala bentuk pengabdiannya, beliau telah berhasil menciptakan lingkungan akademik yang kondusif dan penuh semangat, sehingga para mahasiswa dapat merasakan suasana belajar yang positif dan membangun.

3. Arwin, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, beliau telah banyak memberikan dorongan, arahan, serta bantuan yang sangat berarti bagi kami sebagai mahasiswa.
4. Segenap dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada mahasiswa.
5. Jajaran staf administrasi fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah bekerja keras dalam memberikan bantuan dan informasi kepada mahasiswa.
6. Kepada Kepala Perpustakaan IAIN Parepare, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan pelayanan yang telah diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.
7. Ibu Umaima, M.E.I. selaku penguji pertama yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat membangun dan bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Ibu Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag. selaku penguji kedua yang telah memberikan arahan, masukan, dan penilaian yang sangat berarti demi kesempurnaan skripsi ini.
9. Kepada Ibu St.Muhrah sebagai ibu dari penulis skripsi ini yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih sayang yang tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini.Serta kakak dan adik penulis atas segala dukungan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dan perhatian nya yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

10. Ucapan terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada Alm. Ir.A.Haryanto, ST.MT., sebagai bapak dari penulis skripsi ini. Serta kepada Alm.Kakek, dan Almh. Nenek tercinta yang telah mendahului penulis. Meskipun tidak dapat menyaksikan pencapaian ini secara langsung, doa, kasih sayang, dan nilai-nilai kehidupan yang beliau tanamkan akan selalu menjadi semangat dan pegangan dalam menjalani setiap langkah kehidupan penulis.
11. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2022 sebagai wadah untuk berproses.
12. Ainun dan Rahmat yang selalu hadir memberikan semangat, mendengar keluh kesah, serta menemani dalam setiap proses perjuangan akademik. Terima kasih atas kebaikan, doa, dan kebersamaan yang begitu berarti.
13. Sahabat-sahabat sejak awal masa kuliah tahun 2021 Kurnia Ardi, Nur Alfi Syahri, dan Eliza Andriani Suparman. Terima kasih atas persahabatan, tawa, kerja sama, dan saling menguatkan dalam suka maupun duka selama menempuh perjalanan panjang di bangku perkuliahan.
14. Teman-teman seperjuangan Nur Aisyah, Aulia Ramadhani, Nurmy Zahra,Aulia Sari,Andriani terima kasih atas semangat, diskusi, dan dukungan moril yang selalu kalian berikan. Kebersamaan dalam menyelesaikan tugas, berbagi motivasi, serta saling menyemangati hingga akhir, menjadi kenangan berharga yang tak akan terlupakan.
15. Sahabat Sarina dan Alya, atas perhatian, keikhlasan, dan semangat yang selalu kalian berikan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

16. Anna Paramita owner dari Anmusflower,Reza Tri Rezky owner dari Buket.Id30, dan Izriyani Taufiq owner dari Kotakkado yang selalu bersedia dalam memberikan informasi dan meluangkan waktu untuk membantu penelitian penulis.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk semangat, doa, maupun bantuan materi selama proses penyusunan tulisan ini. Segala bentuk kebaikan yang telah diberikan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini hingga tuntas. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda dan menjadikannya sebagai amal jariyah yang terus mengalir hingga akhir hayat.

Akhirnya, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak tantangan, hambatan, dan tekanan yang harus dilewati. Semua itu bisa dilalui berkat dukungan, semangat, dan doa yang luar biasa dari berbagai pihak yang tak henti-hentinya memberikan motivasi. Penulis sangat bersyukur atas semua bantuan dan dorongan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Parepare, 24 Juli 2025 M
28 Muharram 1447 H

Penulis,

St.Hajar Putri
NIM. 2120203860202006

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: St.Hajar Putri
NIM	: 2120203860202006
Tempat/Tanggal Lahir	: Barru, 11 Februari 2003
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga :Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket. 30,dan Kotakkado

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain,Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh batal demi hukum.

Parepare, 24 Juli 2025

Penulis,

St.Hajar Putri

NIM. 2120203860202006

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

St. Hajar Putri. *Optimalisasi Strategi Layanan Custom untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif pada Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado.* (dibimbing oleh Ibu Dian Resky Pangestu)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi strategi layanan custom dalam meningkatkan daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare dengan objek studi komparatif pada tiga usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado.

Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatifmenggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Anmusflower mengutamakan kualitas dan keunikan desain namun menghadapi kendala waktu produksi, Buket.id30 menyeimbangkan antara permintaan custom dan harga yang terjangkau, sedangkan Kotakkado fokus pada produk handmade dan sistem pre-order untuk menjaga kualitas; 2) strategi yang diterapkan anmusflower adalah market leader,buket.id30 dengan market follower,dan strategi niche market oleh Kotakkado; 3) pendekatan layanan custom yang dijalankan anmusflower dan buket.id30 mencakup pendekatan kolaboratif dan adaptif sedangkan kotakkado dengan pendekatan cosmetic dan transparan; 4) layanan custom dinilai memberikan kontribusi positif terhadap daya saing usaha oleh pemilik dan pelanggan, meskipun masih terdapat tantangan berupa efisiensi operasional, komunikasi pelanggan yang belum maksimal, dan pengelolaan sumber daya yang perlu dioptimalkan.

Kata Kunci: Strategi Layanan Custom, Daya Saing, Usaha Buket Bunga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTAR iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI viii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
PEDOMAN LITERASI DAN SINGKATAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Kegunaan Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Tinjauan Penelitian Relevan 8
B. Kajian Teori 13
1. Grand Theory: Resource Based View 13
2. Optimalisasi 16
3. Strategi 19
4. Customization 21
5. Daya Saing 25
C. Kerangka Konseptual 30
D. Kerangka Pikir 32

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III METODE PENELITIAN 34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 34
B. Lokasi Penelitian 35
C. Fokus Penelitian 35
D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan 35
E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data 36
F. Uji Keabsahan Data 40
G. Teknik Analisis Data 42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44
A. Hasil Penelitian 44
B. Pembahasan Hasil Penelitian 77
BAB V PENUTUP 87
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN 99

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Toko Buket Bunga Di Kota Parepare	3
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
3.1	Karakteristik Informan	37
4.1	Profit Tahunan Sebelum Custom	76
4.2	Profit Tahunan Setelah Custom	76
4.3	Perbandingan Anmusflower,buket.id30,dan kotakkado	84

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	33

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Instrumen Wawancara	100
2.	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	104
3.	Berita Acara Revisi Judul Skripsi	105
4.	Sura Izin Meneliti Dari IAIN Parepare	106
5.	Surat Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	107
6.	Surat Keterangan Telah Meneliti	108
7.	Transkip Wawancara	109
8.	Surat Keterangan Wawancara	130
9.	Dokumentasi	139
10.	Biodata Penulis	143

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

a. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ـَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *Kaifa*

حَوْلَ : *Haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَـي / ـَـا	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِـيْ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
ـُـو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].

b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*). Contoh :

رَوْضَةُ الجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah*

اَلْمَدِيْنَةُ الْفَاضِيْلَةِ : *al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah*

اَلْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا :*Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

اَلْحَقُّ : *al-haqq*

اَلْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمَ : *nu'ma*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ :'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

اَلشَمْسُ : *al-syamsu (bukan asy- syamsu)*

اَلزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah (bukan az-zalzalah)*

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

اَلْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُوْنَ : *Ta'murūna*

النَّوْءُ : *Al-Nau'*

شَيْءٌ : *Syai'un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ẓilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِيْنُ اللهِ : *Dīnullah*

باالله : *billah*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Meskipun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu (*anak dari*)* dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū).

11. Singkatan

a. Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta'āla*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS …/…: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ …, ayat 4

HR = Hadis Riwayat

b. Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دم = بدون

صلعم = صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة

بن = بدون ناشر

الخ = إلى آخرها / إلى آخره

ج = جزء

c. Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, di antaranya sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Ed	:	Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
et al.	:	"Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (dan kawan-kawan) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
Cet.	:	Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
Terj.	:	Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
Vol.	:	Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
No.	:	Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan zaman, dunia usaha juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah unit usaha, baik dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Mengingat kita telah memasuki era globalisasi, peran sektor industri menjadi sangat penting dalam mendukung perekonomian Indonesia.[1] Perkembangan usaha adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan sesuatu melalui proses pengembangan dan transformasi berbagai sumber daya menjadi produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.[2]

Perkembangan suatu usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang secara umum dapat dikategorikan ke dalam faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup aspek-aspek seperti keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, lemahnya jaringan bisnis, serta rendahnya kemampuan usaha kecil dalam melakukan penetrasi pasar. Sementara itu, faktor eksternal meliputi kondisi iklim usaha yang belum sepenuhnya mendukung, keterbatasan sarana dan prasarana pendukung usaha, serta terbatasnya akses pelaku usaha terhadap pasar yang lebih luas.[3] Pengembangan usaha yang pesat tidak luput dari tantangan yang mendesak

[1] Tuti Hardianti, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu Didesa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara" (2019).

[2] Dinda Murahati, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Embong Ijuk Sebelum Dan Sesudah Menerima Modal KUR BSI Unit Kepahiang," *Skripsi*, 2021, 30–53.

[3] B. Ratnawati, P. G., Kellen, P. B., & Marselinus, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dari Aspek Keuangan Pada Sanggar Bliran Sina Watublapi Kabupaten Sikka 1,2,3," *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (2023): 110–21.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

untuk dicarikan jalan keluar.[4]Setelah melihat perkembangan usaha, tentu tidak bisa dipungkiri bahwa setiap usaha juga menghadapi tantangan tersendiri, salah satunya adalah persaingan dengan pelaku usaha lainnya yang bergerak di bidang yang sama. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana dinamika persaingan usaha berlangsung. Persaingan usaha adalah persaingan antar perusahaan independen dalam memproduksi dan memasarkan barang atau jasa. Tujuannya adalah menarik konsumen dengan harga dan kualitas terbaik untuk merebut pangsa pasar dan mendapatkan keuntungan.[5]

Saat ini, industri kreatif menjadi primadona dunia.sehingga negara mulai menyadari arti penting sektor ini sehingga menjadikannya sebagai prioritas pembangunannya,tak terkecuali Indonesia.[6] Kita bisa melihat jelas bagaimana toko bunga bersaing ketat untuk memenangkan hati konsumen. Mereka tak hanya adu strategi di ranah harga, tapi juga berlomba-lomba menghadirkan inovasi desain produk. `Dalam persaingan ini, buket bunga menjadi kunci utama. Bukan sekadar rangkaian bunga, buket adalah representasi visual dan artistik dari sebuah toko. Toko yang mampu menawarkan keunikan dan kreativitas dalam desain buket akan lebih mudah menonjol dan menarik perhatian di tengah banyaknya pilihan yang ada. Inilah yang membuat sebuah produk terlihat berbeda dan punya daya tarik lebih di mata konsumen.[7]

---

[4] A. Rio Makkulau Wahyu et al., "Strategi Pemulihan Omzet UMKM Pasca Pandemi Di Kota Parepare," *Jurnal Iqtisaduna* 9, no. 1 (2023): 85–98, https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v9i1.36976.

[5] Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011).

[6] Andi Bahri S et al., "Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Cangkang Kerang Di Kota Parepare," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 2 (2022): 1369–82.

[7] Akhmad Sirojudin Munir et al., "Simple Bouquet Homemade : Inovasi Bisnis Kreatif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Ds . Kutukan Randublatung Blora Simple Bouquet Homemade : Creative Business Innovation for Economic Enrichment of the Community in the Blora Randublatung Cursed Vill" 2, no. 2 (2024): 20–28.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam industri buket bunga, tren pasar telah bergeser dari produk yang bersifat standar menuju permintaan yang lebih personal dan unik. Konsumen kini lebih mengutamakan keaslian serta nilai emosional dari sebuah buket, menjadikannya bukan sekadar hiasan atau hadiah biasa, melainkan sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan baik suka maupun duka. Buket bunga disusun dari berbagai jenis material seperti bunga segar, bunga buatan, kain flanel, atau bahan lainnya, yang dipilih secara selektif demi menciptakan estetika dan makna mendalam dalam setiap rangkaiannya.[8]

Saat ini, para crafter terus menciptakan inovasi dengan menghadirkan ide-ide segar agar produk yang mereka hasilkan semakin menarik dan relevan dengan tren masa kini. Mereka melakukan berbagai penyesuaian, seperti menambahkan, mengganti, atau mengombinasikan bahan-bahan pelengkap untuk mempercantik karya mereka. Contohnya adalah buket bunga yang dipadukan dengan berbagai elemen lain seperti camilan, kosmetik, boneka, uang, hingga foto. Tujuannya adalah untuk mempertahankan daya tarik konsumen melalui variasi produk yang lebih beragam. Oleh karena itu, pelaku usaha buket bunga dituntut memiliki kemampuan dalam memberikan layanan yang adaptif dan cepat tanggap terhadap kebutuhan serta selera pelanggan.[9]

Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga produk perlu dirancang sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut secara optimal. Meskipun produk umumnya telah memiliki ukuran dan standar tertentu, penyesuaian tetap mungkin dilakukan untuk menyesuaikan dengan keinginan

[8] Sulistyowati, "Tren Konsumen Dalam Indsutri Florist Dan Peluang Inovasi Produk," *Kreativitas Bisnis*, 2021, 45–52.

[9] Astuti Rini, "Inovasi Produk Kreatif Buket Dalam Menarik Minat Konsumen," *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi* 5 (2022): 45–46.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

konsumen. Proses penyesuaian ini dikenal dengan istilah customization atau kostumisasi, yaitu modifikasi produk atau layanan agar lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan spesifik setiap pelanggan.[10]

Tabel 1.1 toko buket bunga di kota parepare

No.	Nama Toko	Tahun Berdiri	Produk Custom
1.	Anmusflower	2016	Buket foto, mug snack bouquet, round flannel bouquet, flower box, dan money bouquet
2.	Buket.Id30	2020	Buket bunga satin, hampers, seserahan,bunga pengantin
3.	Kotakkado	2022	Buket bunga handmade dari kertas, kain, pita, daun kering,snack tower

Sumber:Anmusflower,buket.id30,kotakkado

Tabel di atas merupakan hasil observasi awal terhadap tiga pelaku usaha buket bunga di Kota Parepare, yaitu anmusflower, buket.id30 dan Kotakkado. Adapun penjelasan lebih lanjut yang pertama anmusflower, yang telah berdiri sejak tahun 2016, menghadapi permasalahan dalam menjaga konsistensi kualitas produk custom di tengah banyaknya permintaan dan ragam varian yang ditawarkan, beberapa permintaan custom yang membutuhkan bahan khusus seperti kain flanel memerlukan waktu produksi lebih lama dan dikenakan biaya tambahan (extra charge). Hal ini menimbulkan dilema bagi AnmusFlower, terutama ketika harga yang ditawarkan melebihi anggaran pelanggan, membuat mereka harus mempertimbangkan apakah

[10] Rinkapati Swatriani, "Kajian Konsep 'Customization' Vitval Ikea," *Jurnal Narada* 9, no. 2 (2022): 145–56, https://doi.org/10.2241/narada.2022.v9.i2.002.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

akan menerima pesanan tersebut atau tidak.Tingginya ekspektasi pelanggan dari berbagai daerah menuntut efisiensi produksi tanpa mengurangi kualitas dan ketepatan desain.[11]

Sementara itu, Buket.id30 yang mulai beroperasi sejak tahun 2020, menghadapi kendala dalam menjaga kualitas produk custom dengan harga yang tetap terjangkau, terlebih ketika permintaan semakin kompleks dan beragam. Tantangan muncul saat harus menyeimbangkan antara efisiensi biaya, visual produk, dan kepuasan pelanggan.[12]

Di sisi lain, Kotakkado, yang didirikan pada tahun 2022, menggunakan bahan-bahan yang tidak umum seperti kertas, kain, dan daun kering. Toko ini masih menghadapi kesulitan dalam membangun pemahaman konsumen terhadap produk handmade dan sistem pre-order bunga segar. Kurangnya edukasi pasar menyebabkan masih adanya keraguan dari pelanggan terhadap daya tahan, proses pembuatan, dan nilai produk yang ditawarkan.[13]

Dari permasalahan-permasalahan ini menunjukkan bahwa strategi layanan custom belum sepenuhnya optimal dan masih memerlukan pendekatan yang lebih terarah agar dapat benar-benar meningkatkan daya saing masing-masing usaha.

Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower, Buket. id30, Dan Kotakkado". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana optimalisasi strategi layanan custom untuk meningkatkan daya saing usaha buket bunga.

---

[11] Wawancara dengan owner anmusflower, Januari 2025
[12] Wawancara melalui dengan owner buket.id30, April 2025
[13] Wawancara melalui dengan owner kotakakdo, April 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulis uraikan di atas, maka pokok masalah adalah bagaimana Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga:Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.id30.dan Kotakkado Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya optimalisasi layanan custom dilakukan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado untuk mencapai tujuan usaha masing-masing?
2. Strategi apa saja yang diterapkan oleh ketiga usaha buket bunga tersebut dalam mengembangkan layanan custom?
3. Bagaimana pendekatan layanan custom dijalankan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado dalam merespons kebutuhan serta preferensi pelanggan?
4. Bagaimana persepsi pemilik dan pelanggan terhadap kontribusi layanan custom dalam meningkatkan daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya optimalisasi layanan custom dilakukan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado untuk mencapai tujuan usaha masing-masing
2. Untuk mengetahui strategi apa saja yang diterapkan oleh ketiga usaha buket bunga tersebut dalam mengembangkan layanan custom
3. Untuk mengetahui pendekatan layanan custom dijalankan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado dalam merespons kebutuhan serta preferensi pelanggan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Untuk mengetahui persepsi pemilik dan pelanggan terhadap kontribusi layanan custom dalam meningkatkan daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru untuk penelitian ilmiah terkait dan dapat digunakan sebagai referensi untuk studi masa depan pada topik yang relevan.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada pemilik usaha dan menjadi contoh sukses bagi usaha lainnya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dan Perbedaan
1	Kurnia "Implementasi konsep kustomisasi massal pada proses manufaktur poduk perhiasan"	Kuantitatif	Penerapan konsep Mass Customization pada industri perhiasan memungkinkan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara personal, namun membutuhkan sistem terintegrasi mulai dari desain hingga produksi. Melalui pendekatan	Relevansi membahas kustomisasi produk Perbedaannya: penelitian ini fokus pada produk buket bunga, sementara penelitian terdahulu pada produk perhiasan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

			TRIZ dan analisis Model Kano, ditemukan solusi inovatif seperti Parameter Change dan Mechanical Substitution yang dapat mempercepat produksi tanpa mengurangi fleksibilitas pilihan konsumen.	
No	**Identitas Penelitian**	**Metodelogi Penelitian**	**Hasil Penelitian**	**Relevansi Dan Perbedaan**
2	Carina Melinya "Optimalisasi strategi pengembangan umkm berdasarkan analisis swot dalam menghadapi persaingan bisnis di era pandemi Perspektif etika bisnis islam (Studi Dr.Koffie Indonesia)"	Kualitatif	Coffee Shop Dr.Koffie Indonesia berada pada kuadran I diagram SWOT, yang berarti memiliki kekuatan internal dan peluang	Relevan : mengkaji optimalisasi strategi produk dalam persaingan bisnis. Perbedaannya : penelitian ini lebih

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

			eksternal. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah Strategi SO (Strength–Opportunity), seperti inovasi produk, riset kepuasan konsumen, optimalisasi digital marketing (terutama franchise), serta perluasan jaringan dan kemitraan melalui pameran dan investor.	menekankan strategi berdarkan layanan custom, sementara penelitian terdahulu fokus pada strategi umkm berdasarkan analisis swot inovasi produk dan pemasaran.
No.	**Identitas Penelitian**	**Metode Penelitian**	**Hasil Penelitian**	**Relevansi dan Perbedaan**
3	Ilfan Hafiddin " Strategi pengembangan usaha kerajinan gitar masmul custom di desa pujodadi kabupaten lampung	Campuran: Kualitatif	Strategi pengembangan usaha gitar Masmul Custom dilakukan	Relevansi : membahas strategi custom untuk Perbedaann :

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	tengah melalui diferensiasi produk"		melalui diferensiasi produk yang menonjolkan kualitas, desain, dan promosi melalui media sosial. Diferensiasi ini membuat Masmul Custom mampu bersaing dengan produk pabrikan, dengan indikator seperti bentuk, daya tahan, performa, hingga rancangan desain yang sesuai kebutuhan konsumen.	penelitian ini fokus pada layanan custom di bisnis buket bunga secara komparatif yaitu pada 3 toko usaha sedangkan penelitian terdahulu membahas satu toko usaha saja

Berdasarkan tabel tinjauan penelitian terdahulu, penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek inovasi, pemasaran, dan daya saing UMKM. Penelitian Kurnia mengulas konsep mass customization dengan sistem terintegrasi mulai dari desain hingga produksi dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara personal. Strategi ini

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

memungkinkan konsumen memilih produk sesuai preferensi, meskipun membutuhkan solusi teknologi agar waktu produksi tetap efisien.[14] Sementara itu, Carlina Malinya meneliti Coffee Shop Dr.Koffie Indonesia menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi kuat dan memiliki banyak peluang. Strategi SO direkomendasikan, seperti inovasi produk, riset konsumen, digital marketing, serta membangun jaringan untuk memperluas kemitraan dan meningkatkan daya saing.[15] Penelitian Ilfan Afiddin menyoroti usaha gitar Masmul Custom menekankan strategi diferensiasi produk melalui kualitas, desain, dan promosi. Hal ini membuat produk mampu bersaing dengan gitar pabrikan, dengan indikator seperti performa, daya tahan, dan fitur yang sesuai kebutuhan konsumen.[16]

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas optimalisasi dan strategi cutom, belum ada yang secara spesifik menganalisis optimalisasi strategi layanan custom dalam meningkatkan daya saing usaha buket bunga. Selain itu, penelitian sebelumnya belum menyentuh secara mendalam keunggulan strategi layanan custom dan bagaimana pelaku usaha memahami serta merespons kebutuhan konsumen secara personal melalui layanan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang relevan untuk diangkat dalam konteks usaha buket bunga di Kota Parepare.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis keunggulan strategi layanan custom pada tiga usaha buket bunga, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado.

---

[14] Kurnia, "Implementasi Konsep Kustomisasi Massal Pada Proses Manufaktur Poduk Perhiasan"" (Universitas Islam Indonesia, 2019), https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/17809.

[15] Carina Melinya, Optimalisasi Strategi Pengembangan Umkm Berdasarkan Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam, Repository UIN Raden Intan, 2022.

[16] Ilfan Afiddin, "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Gitar Masmul Custom Di Desa Pujodadi Kabupaten Lampung Tengah Melalui Diferensiasi Produk" (2022).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dengan fokus pada optimalisasi layanan custom tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memperkaya pemahaman tentang layanan custom, khususnya usaha buket bunga. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan strategis bagi pemilik usaha dalam merancang layanan yang kompetitif dan relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

B. Kajian Teori

1. Grand Theory: Resource Based View

a. Pengertian *RBV*

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Resources Based View (RBV)* sebagai teori utama atau *grand theory*. Teori ini berakar dari pemikiran David Ricardo, yang menekankan pentingnya kepemilikan sumber daya dalam menciptakan keunggulan ekonomi. Menurut Ricardo, sumber daya yang dimiliki secara terbatas dan tidak mudah diperoleh oleh pihak lain dapat memberikan nilai tambah dan keuntungan kompetitif bagi pemiliknya.[17] *Teori Resources Based View (RBV)* menjelaskan bagaimana pelaku usaha dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan sumber daya internal yang dimilikinya. Dalam konteks ini, sumber daya mencakup berbagai hal yang menjadi kekuatan maupun kelemahan bisnis, dan dipandang sebagai modal utama dalam membangun keunggulan kompetitif.[18] Teori ini menitikberatkan pada bagaimana suatu usaha dapat bertahan dan bersaing dengan organisasi lain melalui pengembangan sumber daya internal yang dimilikinya.[19] Dalam konteks ini, organisasi

[17] D. Ricardo, *On the Principles of Political Economy and Taxation , London: John Murray*, 1817.

[18] Ambrosini, V., Bowman, C. & Collier, N. (2009) Dynamic Capabilities: An Exploration Of How Firms Renew Their Resource Base, *British Journal of Management*, 20(SUPP. 1). doi: 10.1111/j.1467-8551.2008.00610.x

[19] Jay Barney, Mike Wright, and David J. Ketchen, "The Resource-Based View of the Firm: Ten Years after 1991," *Journal of Management* 27, no. 6 (2001): 625–41, https://doi.org/10.1177/014920630102700601.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang dimaksud merujuk pada suatu usaha yang dipandang sebagai sekumpulan kompetensi atau kapabilitas. Kompetensi tersebut berperan penting dalam mendukung perumusan dan pelaksanaan strategi, sehingga usaha mampu bersaing dan mencapai tujuan bisnis secara maksimal. Pandangan ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Rubin, yang menggambarkan usaha sebagai himpunan dari kapabilitas dan sumber daya yang saling mendukung.[20]

Kontribusi besar terhadap pengembangan dan penguatan teori *Resource-Based View (RBV)* terus dikembangkan dan dipopulerkan oleh para ahli seperti Wernerfelt dan Barney, yang memainkan peran penting dalam menjadikan *rbv* sebagai kerangka strategis utama dalam studi keunggulan bersaing.[21] Secara garis besar, teori *Resource-Based View (RBV)* menekankan bahwa kepemilikan sumber daya yang dimiliki suatu usaha dapat menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing dan mengarahkan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Sumber daya ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu sumber daya berwujud seperti modal keuangan, dan sumber daya tidak berwujud seperti modal sosial yang mencakup hubungan, kepercayaan, dan jaringan.

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa kapabilitas merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sumber daya. Dalam hal ini, Hansen dan Wernerfelt menyatakan bahwa sumber daya *(resources)* dan kapabilitas merupakan dua elemen yang saling terkait erat dan tidak dapat dipisahkan dalam membentuk kekuatan organisasi..[22] Teori *Resource Based View (RBV)* memandang

---

[20] P.H Rubin, "The Expansion of Firms.," *Journal of Political Economy*, 1973.

[21] Wenerfelt Birger, "The Resource Based View of the Firm:Ten Years After," *Staretgic Manajemen Journal* 16 (1995): 171–74.

[22] Hansen and And Birger Wenerfelt, "Determinants of Firm Perfomance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors," *Strategic Manajemen Journal* 10 (1989): 399.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bahwa suatu usaha merupakan kesatuan yang menunjukkan keterkaitan erat antara sumber daya yang dimilikinya ermasuk modal dengan keunggulan kompetitif yang dicapai. Sumber daya tersebut diyakini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan usaha untuk bersaing dan mempertahankan keberlanjutan dalam jangka panjang.[23] Keunggulan kompetitif merupakan elemen kunci yang memiliki pengaruh besar dalam perumusan dan pelaksanaan strategi bisnis suatu usaha.[24]

Kemampuan suatu usaha untuk bertahan menghadapi berbagai tantangan sangat ditentukan oleh sejauh mana usaha tersebut mampu mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Proses pengendalian ini menuntut adanya perencanaan yang matang dan terstruktur agar penggunaan sumber daya dapat dioptimalkan secara efektif.[25] Perencanaan strategis menjadi langkah awal yang krusial dalam membangun strategi yang solid demi mencapai keberhasilan usaha secara optimal. Dalam kerangka teori *Resource Based View (RBV)*, dipahami bahwa kelangsungan suatu usaha merupakan hasil dari implementasi strategi yang efektif, di mana pengelolaan sumber daya dilakukan secara selaras dengan kondisi yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, teori *rbv* dipandang sangat relevan untuk menjelaskan keterkaitan antara sumber daya terutama modal dengan keberlangsungan usaha. Strategi yang digunakan dalam konteks ini berfungsi sebagai sarana untuk mempertahankan sekaligus mengembangkan sumber daya demi menjaga daya saing dan kesinambungan bisnis.

---

[23] Christian Horn and Alexander Brem, "Strategic Directions on Innovation Management - a Conceptual Framework," *Management Research Review* 36, no. 10 (2013): 939–54, https://doi.org/10.1108/MRR-06-2012-0142.

[24] Jan Bebbington and Ian Thomson, "Sustainable Development, Management and Accounting: Boundary Crossing," *Management Accounting Research* 24, no. 4 (December 1, 2013): 277–83, https://doi.org/10.1016/J.MAR.2013.09.002.

[25] Edeltraud Guenther, Jan Endrikat, and Thomas W. Guenther, "Environmental Management Control Systems: A Conceptualization and a Review of the Empirical Evidence," *Journal of Cleaner Production* 136 (November 10, 2016): 147–71, https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2016.02.043.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hubungan *grand theory rbv* dengan judul penelitian peneliti terletak pada fokus *rbv* terhadap sumber daya internal yang unik dan bernilai tinggi. Dalam perspektif *rbv*, layanan custom yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan secara kreatif dan sulit ditiru oleh pesaing dapat menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan mengoptimalkan strategi tersebut, masing-masing usaha berpotensi memperkuat posisinya dalam meningkatkan daya saing melalui sumber daya.

2. Optimalisasi

a. Pengertian Optimalisasi

Secara umum, pengertian optimalisasi adalah sebuah proses menemukan praktik terbaik yang dilakukan untuk mencapai hasil yang dilakukan untuk mencapai hasil yang maksimal dan ideal dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebaik mungkin.

Optimalisasi merupakan proses mencari solusi terbaik untuk mencapai hasil maksimal dengan pemanfaatan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Optimalisasi berasal dari kata optimal yang berarti terbaik, tertinggi. Jadi optimalisasi dalam hal ini dapat diartikan sebagai suatu tindakan, proses atau metode untuk membuat sesuatu (seperti desain, sistem atau keputusan) menjadi lebih baik dan lebih lengkap, lebih fungsional atau efisien.[26] Optimalisasi banyak juga diartikan sebagai ukuran di mana semua kebutuhan dapat dipenuhi dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan. Optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan. Secara umum optimalisasi adalah pencarian nilai terbaik dari yang tersedia dari beberapa fungsi yang diberikan pada suatu konteks.[27] Hal ini berarti bahwa optimalisasi strategi dalam usaha harus mampu menyeimbangkan antara kebutuhan pelanggan dengan kemampuan operasional. Optimalisasi adalah

[26] Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ((Jakarta : Gita Media Press), 2015).
[27] Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi* (Jakarta:Prenada Media, 2015).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

proses mencari solusi terbaik, tidak selalu keuntungan tertinggi yang dapat dicapai bila tujuan optimasi adalah maksimalisasi keuntungan, atau tidak selalu biaya terendah yang dapat dikurangi ketika tujuan tersebut adalah untuk meminimalkan biaya .[28]

b. Elemen Optimalisasi

Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu tujuan, alternative keputusan, dan sumber daya yang dibatasi.

1. Tujuan optimalisasi bisa berupa upaya untuk memaksimalkan atau meminimalkan suatu variabel. Jika berkaitan dengan aspek seperti keuntungan atau pendapatan, maka pendekatan maksimisasi digunakan. Sebaliknya, jika berfokus pada pengurangan biaya, waktu, atau jarak, maka pendekatan minimisasi lebih sesuai. Oleh karena itu, perumusan tujuan perlu mencerminkan apa yang ingin dicapai secara spesifik.

2. Alternatif keputusan pengambilan keputusan pelaku dihadapkan pada berbagai pilihan tindakan yang dapat diambil untuk mencapai tujuan. Alternatif yang dipilih harus mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang tersedia. Dengan kata lain, pilihan keputusan merupakan bentuk aktivitas yang diambil untuk mencapai hasil optimal.

3. Sumber daya yang dibatasi merupakan sesuatu yang harus dikorbankan dalam proses mencapai tujuan. Karena sumber daya bersifat terbatas, maka keterbatasan inilah yang menjadikan proses optimalisasi diperlukan untuk menggunakan sumber daya secara efisien dan efektif.

[28] Hotniar Siringoringo, *Pemrograman Linear:Seri Teknik Riset Operasi* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2015).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Faktor-faktor optimalisasi

Adapun faktor terpenting berhasilnya suatu optimalisasi yaitu[29] :

1. Komunikasi, Pelaksanaan optimalisasi akan berjalan efektif apabila didukung oleh komunikasi yang jelas. Ini mencakup proses penyampaian informasi yang tepat serta konsistensi dalam isi informasi tersebut sehingga meminimalkan kesalahpahaman dalam pelaksanaan program atau kegiatan.

2. Sumber Daya (Resources) Optimalisasi membutuhkan dukungan sumber daya yang memadai. Hal ini mencakup kualitas sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan tersedianya informasi yang akurat untuk menunjang proses pengambilan keputusan. Kedua aspek ini menjadi dasar penting dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab secara efektif.

3. Disposisi, Keberhasilan optimalisasi juga sangat dipengaruhi oleh sikap dan komitmen dari para pemangku kepentingan dalam menjalankan program. Disposisi ini mencerminkan kesediaan dan keseriusan mereka dalam mendukung implementasi program yang telah direncanakan.

d. Manfaat Optimalisasi:

1. Mengidentifiksi tujuan
2. Mengatasi kendala
3. Pemecahan masalah yang lebih tepat dan dapat diandalkan
4. Pengambilan keputusan yang lebih cepat.

Dengan adanya manfaat-manfaat tersebut, optimalisasi menjadi pendekatan yang sangat penting dalam berbagai bidang, baik itu dalam produksi, layanan maupun yang

[29] C Edward III, G, "Implementing Public Policy," *Washington,D.C.:Congressional Quaerterly Press*, 1980.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

lainnya. Proses ini membantu organisasi atau individu dalam bekerja lebih cermat dan terarah, karena setiap keputusan dan langkah yang diambil didasarkan pada analisis kebutuhan, sumber daya, serta hasil yang ingin dicapai. Selain itu, optimalisasi juga mendorong efisiensi dan efektivitas kerja, sehingga segala potensi yang ada dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang optimal.

3. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti "kepemimpinan militer" atau generalship. Awalnya, konsep ini digunakan dalam konteks peperangan, di mana seorang panglima bertugas merancang dan memimpin operasi militer demi mencapai tujuan tertentu. Meskipun berakar dari dunia militer, makna strategi telah berkembang luas dan kini diterapkan di berbagai bidang lain seperti bisnis, politik, serta manajemen.[30]Strategi menjadi pedoman dalam merespons tantangan pasar dan menetapkan arah tindakan agar tujuan organisasi tercapai. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), strategi harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan tren konsumen serta teknologi.

Strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing.[31] Strategi yang baik akan menyesuaikan antara kekuatan internal dan peluang eksternal dalam layanan custom, strategi menjadi elemen penting untuk menciptakan keunikan produk serta memperluas pasar. Maka dari itu perusahaan harus mampu melakukan strategi yang tepat.[32]

---

[30] Hendrawan Supraktino, *Advanced Strategic Management: Back to Basic Apporouch,* (Jakarta,Pt:Gravindo Utama, 2003).

[31] Fatimah & Tyas, *Manajemen Strategi: Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta : Deepublish, 2020).

[32] Jumrah Tahir et al., "YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafe Nuara Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)," *YUME : Journal of Management* 5, no. 3 (2022): 47–56.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Macam-macam strategi

Dalam dunia usaha terdapat beberapa macam-macam strategi yang dapat digunakan, yaitu:[33]

1. Strategi Pemimpin Pasar (Market Leader) Perusahaan yang menjadi pemimpin pasar berupaya mempertahankan posisinya dengan memperkuat dominasi di industri. Strategi yang diterapkan meliputi inovasi produk, promosi yang intensif, ekspansi wilayah pemasaran, serta peningkatan loyalitas konsumen.
2. Strategi Penantang Pasar (Market Challenger) Perusahaan yang menerapkan strategi ini secara aktif berusaha memperluas pangsa pasarnya dengan menghadapi pemimpin pasar secara langsung. Mereka menentukan target persaingan dan memilih pendekatan kompetitif, seperti strategi penyerangan, untuk mencapai pertumbuhan.
3. Strategi Pengikut Pasar (Market Follower) Strategi ini digunakan oleh perusahaan yang memilih untuk tidak menantang pemimpin pasar secara langsung. Sebaliknya, mereka lebih memilih untuk meniru atau menyesuaikan diri dengan langkah-langkah yang diambil oleh pemimpin pasar dalam hal produk, harga, promosi, maupun distribusi.
4. Strategi Ceruk Pasar (Market Nicher) Perusahaan yang menggunakan strategi ini fokus pada segmen pasar yang kecil dan khusus, yang sering kali diabaikan oleh pesaing besar. Mereka membangun keunggulan dengan melakukan spesialisasi produk, layanan, atau segmen pelanggan tertentu.

[33] Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management,15th Ed.* ((Harlow:Pearson Education), 2016).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. *Customization*

a. Pengertian *Customization*

Piller menjelaskan bahwa *customization* merupakan proses produksi yang dilakukan berdasarkan permintaan atau keinginan spesifik dari masing-masing pelanggan. Dari pengertian ini, penting untuk membedakan antara variasi dan kustomisasi. Kustomisasi berfokus pada pemenuhan kebutuhan individual pelanggan secara langsung, sedangkan variasi hanya menyediakan lebih banyak opsi yang dapat dipilih oleh pelanggan tanpa benar-benar disesuaikan. Intinya, pelanggan tidak semata-mata menginginkan banyak pilihan, melainkan mereka ingin memperoleh sesuatu yang sesuai dengan keinginan mereka secara personal.[34] Kustomisasi dimaksudkan untuk menambah meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan dengan produk.

Customization atau layanan custom adalah proses penyesuaian produk atau jasa berdasarkan permintaan pelanggan secara spesifik. Customization merujuk pada penyesuaian produk atau layanan agar sesuai dengan kebutuhan individu. Dalam praktik mass customization, pendekatan ini memungkinkan produksi dalam jumlah besar yang tetap efisien, dengan dukungan teknologi. Keberhasilannya bergantung pada tiga faktor utama: cakupan opsi produk yang ditawarkan, efisiensi proses produksi, dan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih konfigurasi produk.[35]

Layanan custom dalam bentuk buket bunga menjadi sarana ekspresi emosional yang unik. Pelaku usaha perlu memiliki kepekaan dalam merancang produk yang sesuai kebutuhan pelanggan, dari bahan, bentuk, hingga elemen pelengkap.

---

[34] Frank T. Piller, "Mass Customization: Reflections on the State of the Concept," *International Journal of Flexible Manufacturing Systems* 16, no. 4 SPEC. ISS. (2004): 313–34, https://doi.org/10.1007/s10696-005-5170-x.

[35] Manuel Salvador, Marco Forza,Thomas Hippmann,et al. "Unlocking the Potential of Mass Customization Through Industry 4.0," *Applied Sciences* 15, n (2023).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Customization merupakan strategi bisnis yang dijalankan perusahaan dengan menciptakan serta menyampaikan produk atau layanan yang secara khusus disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen. Untuk berhasil dalam hal ini, perusahaan harus cepat tanggap dalam mengenali apa yang diinginkan pelanggan, serta mampu mengimplementasikan konsep pemasaran yang adaptif dan mendukung proses kustomisasi.

Lebih lanjut, strategi ini sangat erat kaitannya dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam dinamika dunia bisnis modern, para pelaku usaha berfokus pada penciptaan nilai yang sesuai dengan ekspektasi konsumen, sebab kepuasan pelanggan kini menjadi salah satu tolok ukur utama keberhasilan perusahaan. Maka dari itu, mengenali dan merespons kebutuhan konsumen menjadi elemen penting dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis *customization.*

Untuk keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan langganan/konsumen.

1. Kebutuhan Fisikologis, Kebutuhan fisikologis merupakan hal yang amat mendasar dalam hidup manusia, seperti: orang butuh makanan, air, pakaian, kosmetik, dan lain sebagainya.
2. Kebutuhan Rasa Aman, Bilamana kebutuhan fisikologis telah terpenuhi secara memuaskan, kebutuhan yang lain menuntut dan hal itu mulai mendominasikan tingka laku. Seseorang itu memerlukan rasa aman, memerlukan perlindungan dari ancaman bahaya, dan lain sebagainya.
3. Kebutuhan Sosial,Apabila kebutuhan rasa aman telah terpenuhi secara memuaskan, tidak lama kemudian menyusul kebutuhan sosial yang menjadi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

motivator tingkah laku dengan rasa berterima di tengah-tengah pergaulan, memberi dan menerima kasih sayang persahabatan.

4. Kebutuhan Ego, Kebutuhan-kebutuhan yang bersifat egoistic, Kebutuhan egoistik mencakup dua aspek utama. Pertama, kebutuhan yang berkaitan dengan harga diri *(self-esteem)*, seperti keinginan untuk mandiri, meraih pencapaian dalam pekerjaan, menunjukkan kompetensi, serta memperoleh pengetahuan. Kedua, kebutuhan yang berhubungan dengan reputasi atau citra diri, meliputi keinginan untuk mendapatkan status sosial, pengakuan dari orang lain, penghargaan, serta rasa dihormati dalam lingkungan sosial.[36] Dalam menerapkan konsep pemasaran yang berfokus pada konsumen, perusahaan tidak serta-merta berusaha memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pelanggan tanpa mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, apalagi jika hal tersebut dapat merugikan perusahaan. Lebih dari sekadar memberikan kepuasan, perusahaan juga harus mampu menawarkan solusi yang relevan terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan, sehingga menciptakan nilai yang lebih bermakna dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

b. Pendekatan *Customization*

Menurut Gilmore dan Pine ada 4 (empat) pendekatan dasar yang umum dipakai dalam menjalankan mass *customization* yakni :[37]

1. Pendekatan Kolaboratif, Dalam pendekatan ini, perusahaan membangun interaksi langsung dengan pelanggan guna membantu mereka mengidentifikasi kebutuhannya secara lebih jelas. Melalui dialog aktif, perusahaan dan pelanggan

[36] "Hierarki Kebutuhan Maslow - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas," accessed December 30, 2024, https://id.wikipedia.org/wiki/Hierarki_kebutuhan_Maslow.

[37] James H.Gilmore dan B.Joseph Pine II, *The Four Faces Of Mass Cutomization* (Harvard Business Review, 1997).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

secara bersama-sama merumuskan solusi serta merancang produk yang disesuaikan. Strategi ini paling efektif digunakan ketika pelanggan tidak sepenuhnya memahami kebutuhannya atau merasa kewalahan saat dihadapkan pada terlalu banyak pilihan.

2. Pendekatan Adaptif, Melalui pendekatan adaptif, perusahaan menyediakan produk dalam bentuk standar yang dapat dimodifikasi oleh pelanggan sendiri sesuai kebutuhannya. Produk didesain secara fleksibel sehingga pengguna dapat menyesuaikannya secara mandiri. Pendekatan ini sangat cocok diterapkan dalam bisnis yang melibatkan teknologi yang memungkinkan pelanggan melakukan penyesuaian secara langsung.
3. Pendekatan Kosmetik, Pendekatan ini melibatkan penyajian produk yang secara fungsional sama, namun dikemas secara berbeda untuk setiap konsumen. Meskipun produk dasarnya identik, penyesuaian dilakukan pada aspek visual atau tampilan luar untuk menciptakan kesan personal. Strategi ini tepat digunakan ketika pelanggan menggunakan produk yang serupa namun menginginkan sentuhan estetika atau presentasi yang berbeda.
4. Pendekatan Transparan, Pendekatan Transparan adalah strategi di mana perusahaan menyajikan produk atau layanan yang telah disesuaikan secara khusus untuk masing-masing pelanggan, namun tanpa memberi tahu secara langsung bahwa penyesuaian tersebut telah dilakukan. Pelanggan menerima solusi yang relevan dengan kebutuhannya, tanpa disadari bahwa produk atau layanan tersebut telah dipersonalisasi.[38] Pendekatan ini paling sesuai diterapkan ketika kebutuhan spesifik pelanggan dapat diperkirakan dengan akurat, terutama

[38] Robert Mason and Chandra Lalwani, "Mass Customised Distribution," *International Journal of Production Economics* 114, no. 1 (July 1, 2008): 71–83, https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2007.09.013.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dalam situasi di mana pelanggan enggan atau tidak mampu mengungkapkan kebutuhannya secara berulang. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk menganalisis perilaku pelanggan secara tidak langsung tanpa keterlibatan aktif dari konsumen dan melakukan penyesuaian terhadap produk atau layanan dalam bentuk paket standar, tanpa menunjukkan bahwa penyesuaian tersebut dilakukan secara individual.[39]

5. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing merupakan elemen krusial dalam dinamika ekonomi, khususnya dalam kegiatan produksi barang dan jasa untuk menjawab permintaan pasar. Meskipun konsep ini berakar dari teori keunggulan komparatif yang diperkenalkan oleh David Ricardo pada abad ke-18, perhatian terhadap isu daya saing meningkat secara signifikan dalam tiga dekade terakhir. Seperti dikemukakan oleh Garelli, daya saing memiliki sifat multidimensional, yang membuatnya terbuka terhadap beragam interpretasi dan metode pengukuran. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika diskursus mengenai daya saing kerap disertai kritik dan perdebatan dari berbagai perspektif ilmiah.[40]

Daya saing adalah kemampuan usaha dalam mempertahankan dan memperkuat posisinya di pasar melalui keunggulan tertentu. Daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna.[41]Dalam konteks ini, layanan custom menjadi sarana menciptakan nilai tersebut.

---

[39] Rebecca Duray et al., "Approaches to Mass Customization: Configurations and Empirical Validation," *Journal of Operations Management* 18, no. 6 (November 1, 2000): 605–25, https://doi.org/10.1016/S0272-6963(00)00043-7.

[40] Garelli, *Competitivenessof Natioons:The Fundamentals BT-IMD World Competitiveness Yearbook* (IMD World Competitiveness Year book, 2003).

[41] M. Sihite, "Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).," *Jurnal Ekonomi Dan Bis*, 2018.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tidak dapat dipungkiri bahwa pemahaman mengenai daya saing yang paling banyak digunakan berada pada tingkat mikro, yakni pada level perusahaan. Dalam kerangka teori ekonomi mikro klasik, perusahaan beroperasi dalam lingkungan persaingan dengan tujuan utama untuk memaksimalkan keuntungan. Profit atau laba menjadi tolok ukur utama keberhasilan suatu usaha, karena tingkat profitabilitas mencerminkan sejauh mana perusahaan tersebut kompetitif. Sebaliknya, apabila perusahaan tidak mampu menghasilkan keuntungan yang memadai, maka perusahaan tersebut dianggap tidak memiliki daya saing.[42]

Dalam model persaingan sempurna, perusahaan yang tidak berdaya saing memiliki biaya rata-rata yang lebih tinggi daripada harga pasar produk yang ditawarkannya. Hal ini disebabkan oleh nilai sumber daya yang digunakan oleh perusahaan tersebut yang lebih besar daripada nilai produk (barang dan/atau jasa) yang dihasilkan.

Persaingan dalam dunia bisnis tidak hanya terbatas pada perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri yang sama, melainkan juga berasal dari berbagai sumber lainnya. Beberapa bentuk utama persaingan meliputi potensi masuknya pemain baru ke pasar, munculnya produk alternatif atau pengganti, kekuatan tawar-menawar dari konsumen, kekuatan tawar dari pemasok, serta persaingan yang terjadi antar pelaku usaha yang telah lama beroperasi. Kelima elemen ini menggambarkan bahwa tantangan kompetitif bisa datang dari berbagai arah, dan oleh karena itu sering disebut sebagai bentuk persaingan yang diperluas *(extended rivalry)*.[43]

---

[42] Lidya Febi Valentina, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Holtikultura Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus CV. Sinar Medan Lestari)," *(Skripsi, Universitas Medan Area, Medan, Sumatera Utara, Indonesia)*, 2022.

[43] Irsad Andriyanto, "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E Commerce," *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, no. 2 (2019): 87, https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4709.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada tingkat daya saing yang dimilikinya. Daya saing tersebut berkaitan erat dengan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan produk atau layanan yang tidak hanya memenuhi standar kualitas global, tetapi juga mampu berkompetisi di pasar internasional. Dalam konteks ini, keunggulan kompetitif tercermin dari kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang khas dan berbeda dibandingkan dengan para pesaingnya.[44]

Pengertian daya saing menurut para ahli :

Michael Porter menjelaskan bahwa daya saing adalah kemampuan atau keunggulan strategis yang digunakan oleh suatu organisasi untuk bersaing dalam pasar tertentu. Keunggulan ini tercipta melalui proses pengembangan berkelanjutan di seluruh aspek organisasi, khususnya pada sektor produksi. Dengan pengembangan yang konsisten,organisasi diyakini mampu meningkatkan kinerja dan mempertahankan posisinya di pasar.[45]

Sementara itu, menurut Z. Heflin Frinces, daya saing mencerminkan kekuatan dan kualitas yang dimiliki oleh suatu organisasi. Kekuatan tersebut bergantung pada kapasitas internal dan eksternal organisasi untuk mengatasi ancaman atau tantangan secara sistematis. Dalam hal ini, daya saing mencakup kemampuan untuk mempertahankan eksistensi dan bahkan mengungguli pihak lain yang menjadi pesaing.[46]

Adapun menurut *World Economic Forum (WEF)*, daya saing suatu negara tercermin dari kemampuan tenaga kerjanya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang tinggi dan berkelanjutan. Indikator ini sering digunakan dalam laporan

---

[44] "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kabupaten Bima (Studi Di Dinas Koperasi Dan Umkm Kabupaten Bima)," N.D., 16–17.

[45] Michael E.Porter, *Competitive Performance Advantage:Creating and Sustaining Superior Performance* (New York:Free Press, 1985).

[46] Z.Heflin Firmes, "Daya Saing Organisasi Dalam Perspektif Strategi," *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 6 (2012): 20.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tahunan *Global Competitiveness Report* yang menilai sejauh mana sebuah negara mampu membangun fondasi ekonomi yang kuat melalui efisiensi pasar, inovasi, dan produktivitas tenaga kerja.[47]

Pemahaman mengenai daya saing harus dilihat dalam kerangka yang lebih luas, mencakup dimensi ekonomi, politik, serta strategi bisnis yang dijalankan oleh perusahaan atau industri tertentu. Keunggulan yang dimiliki oleh suatu entitas menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan pasar. Daya saing mencerminkan kapabilitas suatu sektor, industri, atau perusahaan dalam mempertahankan performa dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di tengah kompetisi global, dengan cara mengoptimalkan keunggulan yang ada secara efisien, yaitu ketika biaya yang dikeluarkan lebih rendah daripada nilai manfaat atau pendapatan yang diperoleh dari penggunaan sumber daya tersebut.[48]

Untuk menciptakan dan meningkatkan daya saing, perusahaan perlu menerapkan strategi kompetitif yang tepat, salah satunya dengan mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Strategi yang dipilih juga harus selaras dengan seluruh aktivitas fungsional perusahaan, sehingga dapat mendukung pencapaian kinerja optimal bahkan melebihi ekspektasi serta menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi perusahaan dan pelanggannya.[49]

---

[47] *World Economic Forum,The Global Competitiveness Report* (Geneva:World Economic Forum, 2019).

[48] NFN Saptana, "Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing Dan Strategi Pembangunan Pertanian," *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 28, no. 1 (2016): 1, https://doi.org/10.21082/fae.v28n1.2010.1-18.

[49] Valentina, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Holtikultura Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus CV. Sinar Medan Lestari)."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing

Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing:[50]

1. Efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya saat ini. Efektivitas dalam penggunaan sumber daya akan berdampak pada efisiensi, misalnya dengan memperhatikan kualitas bahan baku, proses, dan produk, sehingga biaya dapat ditekan. Sumberdaya manusia juga menitiberatkan pada analisa tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik pada tenaga kerja kasar, maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.[51]
2. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh tingkat profitabilitas, tetapi juga oleh kemauan dan kemampuan untuk mengaitkannya dengan peningkatan kapasitas usaha yakni melalui kemauan berinvestasi. Ketika sebuah usaha memiliki keinginan untuk tumbuh dan memperluas kapasitas produksinya, hal ini umumnya disertai dengan kebutuhan akan investasi tambahan. Namun, proses ini seringkali terhambat oleh keterbatasan permodalan. Selain itu, daya saing usaha sangat ditentukan oleh kemampuan berinovasi, baik dalam aspek teknologi maupun tata kelola organisasi. Inovasi semacam ini berperan penting dalam meningkatkan efisiensi serta efektivitas operasional. Dengan pemanfaatan teknologi yang lebih maju, kinerja keseluruhan perusahaan dapat terdorong ke arah yang lebih optimal.

---

[50] Rulyanti Susi Wardhani and Yulia Agustina, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang," *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 10, no. 2 (2015): 64, https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252.

[51] Besse Faradiba and Musmulyadi Musmulyadi, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok_Doubig' Di Makassar," *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 2 (2020): 52–61, https://doi.org/10.46918/pay.v2i2.751.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. Kerangka Konseptual

1. Optimalisasi

Optimalisasi dalam konteks bisnis merupakan suatu proses atau pendekatan sistematis yang bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki, seperti tenaga kerja, modal, teknologi, dan waktu, guna mencapai hasil yang paling efektif dan efisien. Optimalisasi tidak hanya sekadar meningkatkan output, tetapi juga berfokus pada peningkatan kualitas proses, pengurangan pemborosan, serta penyempurnaan strategi bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut pandangan Hamidah, optimalisasi dapat dimaknai sebagai indikator keberhasilan dalam mewujudkan tujuan bisnis secara menyeluruh. Dengan kata lain, proses optimalisasi berkaitan erat dengan sejauh mana suatu perusahaan dapat mencapai visi, misi, serta target yang telah ditetapkan. Optimalisasi yang efektif terjadi ketika organisasi mampu mengelola sumber daya internal secara maksimal, sekaligus merespons dinamika eksternal dengan strategi yang tepat. Dalam implementasinya, optimalisasi sering kali diwujudkan melalui proses evaluasi dan peningkatan berkelanjutan (continuous improvement), yang bertujuan agar perusahaan tetap mampu bersaing dan beradaptasi di tengah perubahan pasar.[52]

2. Strategi

Menurut Marpaung, strategi merupakan serangkaian langkah yang bersifat terpadu dan terkoordinasi, yang dirancang untuk memanfaatkan kompetensi inti secara optimal guna meraih keunggulan bersaing. Keberhasilan sebuah perusahaan, yang tercermin dari tingkat profitabilitas yang tinggi serta kekuatan daya saing strategis, sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menciptakan dan mengelola kompetensi

[52]Hamidah, *Manajemen Operasional:Pendekatan Praktis Dalam Pengelolaan Bisnis* (Yogyakarta:Deepublish, 2018).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

inti baru dengan lebih cepat dibandingkan kemampuan pesaing dalam meniru keunggulan yang telah dimiliki saat ini.[53]

3. Custom

Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga produk perlu dirancang agar mampu menyesuaikan diri dengan keberagaman tersebut. Meskipun telah tersedia ukuran dan standar baku dalam produk, tidak menutup kemungkinan bahwa penyesuaian tetap diperlukan agar sesuai dengan preferensi konsumen tertentu. Proses penyesuaian inilah yang dikenal sebagai *customization* atau kostumisasi. Menurut Meredith, kostumisasi merupakan suatu proses di mana produk atau layanan dirancang agar secara konsisten dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik dari pelanggan.[54]

4. Daya Saing

Menurut Sumihardjo, konsep daya saing menggambarkan kapasitas atau kekuatan untuk mencapai keunggulan dibandingkan dengan pihak lain. Secara etimologis, kata "daya" merujuk pada kekuatan atau kemampuan, sedangkan "saing" mengacu pada usaha untuk melampaui, menandingi, atau menunjukkan perbedaan keunggulan tertentu. Oleh karena itu, daya saing dapat diartikan sebagai potensi yang dimiliki oleh individu, kelompok, maupun sektor industri untuk tampil lebih unggul dalam suatu bidang melalui kualitas dan keunikan yang dimilikinya.[55]

Daya saing bukan hanya kemampuan untuk bertahan dalam persaingan, tetapi juga kekuatan strategis untuk unggul dari pesaing. Dalam konteks bisnis, hal ini mencakup kualitas produk, efisiensi, inovasi, dan kemampuan menyesuaikan diri

---

[53] Marpaung, *Manajemen Strategik* (Jakarta:Pt.Bumi Aksara, 2018).

[54]Jack R.Meredith dan Scott M.Shafer, *Operation Manajement for MBAs, 5th Ed.* (Hoboken,NJ;John Wiley&Sons, 2013).

[55] Tumar Sumihardjo, *Daya Saing Berbasis Potensi Daerah* (Bandung:Puskomedia, 2008).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan kebutuhan pasar. Daya saing mencerminkan upaya terus-menerus untuk menciptakan keunggulan yang berkelanjutan dan sulit ditiru oleh pihak lain.

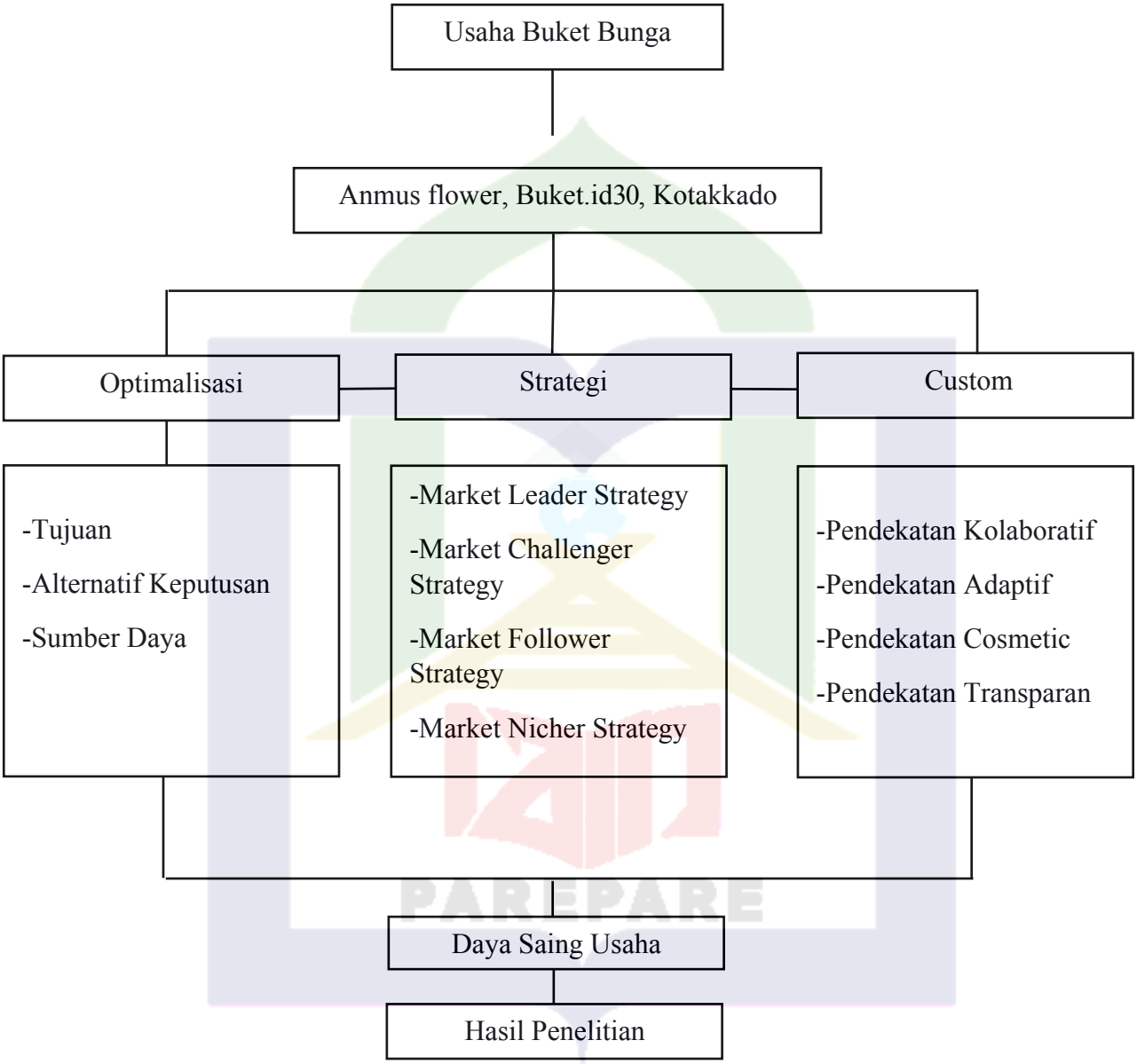
D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau variabel secara koheren yang memberikan pandangan menyeluruh terhadap fokus penelitian. Kerangka pikir biasanya disajikan dalam bentuk skema atau bagan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana optimalisasi strategi layanan custom dapat meningkatkan daya saing usaha, khususnya pada bisnis buket bunga anmusflower, buket.id30, dan kotakkado sebagai objek studi komparatif.

Sesuai dengan judul yang telah dikemukakan sebelumnya, peneliti menyusun sebuah skema atau bagan yang akan dijadikan sebagai kerangka pikir dari penelitian ini. Bagan tersebut menggambarkan alur berpikir peneliti dan bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami hubungan antar variabel yang dikaji, sehingga isi penelitian dapat lebih mudah dipahami dan diikuti. Pada penelitian berjudul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.id30,dan Kotakkado

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

- Bagan Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian lapangan (field research), yakni metode yang dilakukan dengan turun langsung ke lokasi penelitian guna mengamati situasi secara langsung serta memperoleh data yang relevan. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memahami secara mendalam konteks latar belakang, kondisi aktual, serta dinamika interaksi yang berlangsung baik di lingkungan sosial, individu, maupun kelompok yang menjadi subjek penelitian.[56]

Penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan serta merangkum berbagai kondisi, situasi, dan variabel yang muncul pada objek penelitian. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha memahami fenomena secara mendalam berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh langsung dari lapangan, tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti.[57] Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai optimalisasi strategi layanan custom untuk meningkatkan daya saing usaha buket bunga: studi komparatif pada anmusflower, buket.id30, dan kotakkado.

[56] Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian* (Metro:Ramayana Pers dan STAIN Metro, 2008).
[57] Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi (Jakarta: Kencana, 2013),48.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tiga usaha buket bunga yang berlokasi di Kota Parepare, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado. Waktu pelaksanaan penelitian telah dilakukan selama kurang lebih dua bulan.Alasan pemilihan ketiga usaha tersebut adalah karena masing-masing menonjol dalam penerapan layanan custom dengan ciri khas strategi yang berbeda, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai optimalisasi strategi layanan custom untuk meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, Kota Parepare dipilih karena memiliki potensi pasar kreatif yang berkembang, serta lokasi yang strategis dan peneliti akan memperoleh data secara langsung dan efisien.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu memberikan arah sepanjang proses penelitian, terutama pada saat pengumpulan data, untuk memisahkan data yang relevan dengan tujuan penelitian ini, yakni mengetahui optimalisasi layanan custom untuk meningkatkan daya saing usaha buket bunga:studi komparatif pada anmusflower,buket.id30,dan kotakkado.

D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data atau informasi yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian melalui instrumen dan metode yang telah ditetapkan dalam penelitian.Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mendapatkan data primer termasuk wawancara dan observasi. Sumber data utama adalah pemilik dan pelanggan anmusflower,buket.id30,dan kotakkado.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini seperti buku,laporan,artikel,dan lain-lain yang valid.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

1. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, teknik observasi menjadi salah satu metode pengumpulan data yang paling utama. Observasi tidak hanya terbatas pada perilaku manusia, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai objek lain, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, terlepas dari ukuran atau bentuknya. Melalui observasi langsung di lapangan, peneliti memperoleh data yang bersifat kontekstual, meskipun tidak dapat dilepaskan dari unsur subjektivitas. Hasil pengamatan menjadi rujukan penting bagi peneliti dalam memahami dan menganalisis objek secara menyeluruh. Dengan pendekatan sistematis, observasi peneliti mengidentifikasi serta menelaah kondisi-kondisi yang melekat pada objek yang sedang dikaji.[58]

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan pengamatan langsung terhadap tiga usaha buket bunga, yaitu anmusflower, buket.id30, dan kotakkado, yang berada di Kota Parepare. Pada anmusflower, peneliti melihat langsung tampilan toko, produk yang dipajang, serta bahan-bahan yang digunakan seperti kain flannel untuk produk custom buket bunga flanel. Di buket.id30, peneliti mengamati proses pembeli

[58] Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif* ((Bandung:Alfabeta, 2017).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mengambil pesanan custom yang sudah selesai. Sementara itu pada kotakkado, peneliti melihat aktivitas penjualan di lokasi wisuda TK dengan produk *ready* stock, namun tetap melayani pesanan custom sesuai permintaan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk menggali dan mengidentifikasi permasalahan yang dianggap signifikan untuk diteliti lebih lanjut. Proses wawancara biasanya dilakukan secara bertahap, di mana wawancara lanjutan diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai informasi penting dari para informan, terutama yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian.[59]

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait seperti pemilik,dan pelanggan dari tiga usaha buket bunga, yaitu anmusflower,buket.id30, dan kotakkado, yang berada di Kota Parepare. Masing-masing usaha melibatkan satu pemilik dan tiga orang pelanggan sebagai informan, dengan latar belakang dan domisili yang berbeda-beda di kota parepare dan sekitarnya.

Tabel 3.1 Karakteristik Informan

N0.	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Anna Paramita	Perempuan	Owner Anmusflower
2.	Reza Tri Rezky	Laki-laki	Owner Buket.id30
3.	Izriyani Taufiq	Perempuan	Owner Kotakkado
4.	Alya Khareunnisah	Perempuan	Mahasiswi
5.	Bahar	Laki-laki	Mahasiswa
6.	Sardia	Perempuan	Mhasiswi
7.	Muh.Lutfi	Laki-laki	Warehouse Staff
8.	Kamelia	Perempuan	Pelajar
9.`	Enti	Perempuan	Irt

sumber: data primer diolah, 2025

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, n.d.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun berbagai informasi secara langsung melalui catatan atau dokumen yang relevan selama proses penelitian di lapangan. Data yang diperoleh berfungsi sebagai bahan analisis sekaligus bukti otentik atas kegiatan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi ini mencakup pencatatan data primer dalam bentuk arsip, baik tertulis maupun visual, yang mencerminkan apa yang dilihat, didengar, dialami, dan dipikirkan oleh peneliti selama interaksi dengan objek penelitian.

Catatan lapangan menjadi salah satu instrumen utama dalam teknik ini sebagai upaya sistematis dalam mendokumentasikan proses dan hasil pengamatan. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan data visual berupa foto kegiatan wawancara dengan informan serta dokumentasi produk custom dari masing-masing usaha, yaitu anmusflower, buket.id30, dan kotakkado, sebagai bukti pendukung yang memperkuat temuan penelitian.

2 Teknik pengolahan data

Setelah data-data yang diperlukan sudah tergali dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasanmakna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.[60] Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan proses editing terhadap hasil data observasi, wawancara, dan dokumen yang berkaitan langsung dengan topik penelitian.

[60] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Classifying (Klasifikasi)

Tahap *classifying* merupakan proses pengelompokan data yang diperoleh melalui berbagai teknik, seperti wawancara dengan informan, observasi lapangan, maupun dokumentasi. Sebelum dilakukan pengelompokan, seluruh data terlebih dahulu ditelaah dan dianalisis secara menyeluruh agar pemahaman terhadap isinya lebih mendalam. Setelah itu, data diklasifikasikan sesuai dengan fokus dan kebutuhan penelitian. Tujuan dari proses ini adalah untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi informasi yang relevan dan objektif. Data yang memiliki kesamaan makna atau substansi kemudian dikelompokkan, baik yang berasal dari hasil wawancara maupun dari sumber lain seperti catatan lapangan atau dokumen tertulis.[61]

c. Verifiying (Verifikasi)

Verifikasi merupakan tahap untuk menguji data dan informasi yang telah diperoleh di lapangan, agar data tersebut dapat dianggap valid dan layak digunakan dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari para informan diverifikasi untuk memastikan kebenaran dan keterkaitannya dengan strategi layanan custom yang diterapkan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado. Proses ini penting agar peneliti dapat memperoleh data yang sahih dan relevan dalam mengkaji optimalisasi strategi layanan custom guna meningkatkan daya saing ketiga usaha buket bunga tersebut.

d. Concluding (Kesimpulan)

Selanjutnya adalah kesimpulan, yaitu adalah langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti. Hal ini disebut dengan istilah *concluding*, yaitu

[61] Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2007).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari tiga proses sebelumnya:*editing*, *classifying*, dan *verifying*.

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri atas uji credibility, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.Uji keabsahan data ini di uraikan sebagai berikut:[62]

1. Uji Kredibilitas *(credibility)*

Kredibilitas dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan realitas yang terjadi di lapangan. Untuk menjamin keabsahan tersebut, peneliti melakukan perpanjangan observasi guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap konteks penelitian, menjaga konsistensi dan ketekunan dalam melakukan pengamatan, serta menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan memverifikasi data melalui beragam sumber, metode, dan waktu pengumpulan data. Ketiga pendekatan ini diterapkan agar data yang dihasilkan bersifat valid dan dapat diandalkan sebagai dasar dalam menyusun temuan penelitian.

2. Uji Keteralihan *(transferability)*

Transferbility atau keteralihan merupakan bentuk validitas eksternal dalam penelitian kualitatif yang bertujuan agar hasil penelitian dapat dipahami, bahkan diterapkan, oleh pembaca atau pihak lain di luar konteks studi. Untuk mencapai tingkat keteralihan yang baik, peneliti perlu menyajikan deskripsi yang rinci, sistematis, dan terpercaya mengenai konteks serta proses penelitian.

---

[62] Muhammad Kamal Zubair,dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara press, 2022).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam konteks penelitian ini, penulis berupaya menjelaskan secara jelas dan mendalam mengenai optimalisasi strategi layanan custom, sehingga pembaca memahami situasi penelitian secara utuh dan mempertimbangkan penerapannya di lingkungan yang serupa.Terkait tentang optimalisasi strategi layanan custom untuk meningkatkan daya saing usaha buket bunga: studi komparatif pada Anmusflower, Buket. Id30, Dan Kotakkado. Dengan demikian pembaca mengetahui lebih jelas atas hasil penelitian yang telah dilakukan.

3. Uji Ketergantungan (dependability)

Uji ketergantungan dilakukan dengan cara melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian, mulai dari sumber data, pengumpulan data, analisis data, perkiraan penemuan dan pelaporan. Pemeriksaan ini dilkukan berbagai pihak yang ikut memeriksa proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti, agar temuan peneliti dapat dipertahankan dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Dalam hal ini, penulis melaporkan keseluruhan proses penelitian kepada dosen pembimbing untuk dapat diperiksa kepastiannya.

4. Uji Kepastian (komfirmability)

Pengujian konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif disebut juga dengan uji objektifitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila telah disepakati oleh banyak orang.[63] Konfirmabilitas digunakan untuk menilai proses penelitian, mulai dari pengumpulan data, sampai pada bentuk yang terstruktur dengan baik.

[63] Sugiyono, *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development* (Bandung:Alfabeta, 2016).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

G. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data yang mentah, yang terjadi pada catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif, bahkan sebelum data secara actual dikumpulkan, reduksi data antisipasi terjadi sebagaimana diputuskan oleh peneliti sering tanpa kesadaran yang mana kerangka konseptual, situs, pernyataan penelitian, pendekatan pengumpulan data untuk dipilih.

Reduksi data tidak terpisah dari analisis. Pilihan peneliti, potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik keluar dan rangkuman pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semuanya merupakan pilihan analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam dan memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan dapat diverifikasikan.[64] Sehingga membantu peneliti dalam memilah data dan menghasilkan satu kesimpulan yang bersifat akhir dari penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk ditarik kesimpulannya.

---

[64] Emzir, Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data (Jakarta Utara:PT.Rajagrafindo Persada, 2011).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berarti melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusahan untuk menganalisis dan mencari pola, tema dan hubungan serta persamaan dari hal - hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa tinjauan penelitian terdahulu yang diuraikan pada Bab II memiliki relevansi yang kuat dengan temuan empiris di lapangan.Penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas konsep layanan custom, strategi bisnis UMKM, serta pengembangan usaha berbasis kebutuhan pelanggan. Keterkaitan tersebut memperkuat posisi penelitian ini dalam konteks akademik dan memberikan dasar pijakan yang relevan dalam menyusun analisis dan kesimpulan.Pertama, penelitian Kurnia tentang penerapan mass customization pada industri perhiasan menunjukkan bahwa kustomisasi dapat menjadi strategi efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam. Keterkaitannya dengan penelitian ini terletak pada fokus penyesuaian produk sesuai preferensi konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian penulis yang menemukan bahwa layanan custom dalam usaha buket bunga menjadi faktor penting dalam membangun keunikan produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, penelitian Carina Melinya yang mengkaji optimalisasi strategi pengembangan UMKM melalui analisis SWOT juga mendukung temuan bahwa strategi adaptif sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat. Dalam konteks penelitian ini, ketiga pelaku usaha buket bunga (Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado) juga menerapkan strategi yang disesuaikan dengan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kekuatan dan peluang masing-masing, meskipun fokusnya lebih pada layanan personalisasi produk. Adapun penelitian Ilfan Hafiddin mengenai strategi diferensiasi pada usaha kerajinan gitar Masmul Custom turut memperkuat temuan penulis bahwa keunikan desain dan kemampuan menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen merupakan elemen penting dalam membangun daya saing.

Namun, perbedaan yang menonjol dari penelitian penulis adalah pendekatan komparatif yang digunakan untuk menganalisis tiga usaha berbeda dengan latar belakang, strategi, dan pendekatan layanan custom yang bervariasi. Dengan demikian, keterkaitan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu tidak hanya terletak pada tema besar tentang strategi dan layanan custom, tetapi juga pada upaya memperluas wawasan dengan pendekatan komparatif dalam konteks industri kreatif, khususnya usaha buket bunga di Kota Parepare. Penelitian ini memperkaya keilmuan dengan memberikan kontribusi baru yang lebih spesifik terhadap praktik optimalisasi layanan custom sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing.Karakteristik para informan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Upaya optimalisasi layanan custom dilakukan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado

Upaya optimalisasi layanan custom merupakan strategi penting yang diterapkan oleh pelaku usaha buket bunga untuk memenuhi preferensi konsumen secara lebih personal dan meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang ketat di Kota Parepare. Layanan ini memungkinkan konsumen memesan produk sesuai keinginan dan kebutuhan mereka, baik dari segi desain, warna, tema, maupun anggaran.

a). Tujuan Optimalisasi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tujuan optimalisasi layanan custom dalam usaha buket bunga adalah untuk memberikan nilai tambah yang mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Melalui layanan ini, pelanggan diberikan keleluasaan untuk menentukan desain buket sesuai dengan keinginan pribadi, baik dari segi warna, tema, bentuk, hingga jenis bahan yang digunakan. Hal ini menjadikan produk terasa lebih personal dan eksklusif, sehingga menciptakan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk jadi yang bersifat umum.

Di samping itu, optimalisasi layanan custom juga bertujuan untuk membangun kedekatan antara pelaku usaha dan pelanggan, menciptakan loyalitas konsumen, serta memperluas jangkauan pasar dengan menjawab kebutuhan berbagai segmen, mulai dari pelanggan reguler hingga institusi atau pelanggan premium. Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, layanan custom menjadi salah satu strategi penting untuk membedakan usaha dari para pesaing dan membentuk citra usaha yang inovatif, responsif, dan customer-oriented. Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai tujuan utama dari penyediaan layanan custom. Pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado: Apa tujuan utama Anda menyediakan layanan custom dalam usaha buket bunga?. Yang pertama hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Tujuan kami adalah kepuasan dengan tidak pernah menolak permintaan pelanggan kecuali itu melanggar norma-norma dan kebiasaan masyarakat. Karna bagi kami layanan custom itu akan menjadi tantangan tersendiri bagi kami untuk terus berinovasi dan bersaing dimasa yang akan datang".[65]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

[65] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> "Tujuan utama kami menyediakan layanan tersebut dimana sebagai dasar yang paling mendasar dalam bisnis sasaran utama dalam melayani pelanggan yaitu untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan nah salah satu tujuan kami menyediakan layanan tersebut yaitu untuk meningkatkan kepuasan para konsumen kami,dengan demikian kami memiliki peluang yang besar agar konsumen kami kembali lagi. seperti kembali lagi pesan toh dan setelah itu kami juga berpeluang menjangkau pasar yang lebih luas tentunya menurut kami hal ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan kami."[66]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Tujuan utama sebenarnya kan ini sudah banyak sekali kompetitor ceritanya menjadi usaha seperti ini, jadi kalau kita tidak menyediakan layanan custom otomatis kita tertinggal punya usaha jadi mau tidak mau bahkan pada saat kita turun lokasi seperti ini kalau orang-orang minta custom kita layani."[67]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa masing-masing pelaku usaha memiliki strategi tersendiri dalam menjaga kualitas layanan sambil mempertahankan harga yang kompetitif. Anmusflower menekankan pentingnya layanan custom dan pesan antar yang amanah sebagai bentuk kualitas yang sebanding dengan harga. Buket.id30 fokus pada responsivitas, pemahaman kebutuhan pelanggan, serta penyesuaian harga melalui riset pasar dan promosi digital. Sementara itu, Kotakkado menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan layanan 24 jam, termasuk merespons pesan di luar jam kerja. Ketiga pendekatan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik, didukung oleh strategi harga yang tepat, menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

b). Alternatif Keputusan

Alternatif keputusan dalam layanan custom merupakan berbagai langkah yang diambil oleh pelaku usaha untuk mengembangkan dan menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan pelanggan. Keputusan ini bisa berupa menambah variasi desain, mengikuti

[66] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[67] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tren pasar, menawarkan konsultasi desain, hingga memberikan fleksibilitas dalam pemesanan. Pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado: Langkah apa saja yang telah anda ambil sebagai alternatif pengembangan layanan custom?

Yang pertama hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Kami menyediakan beberapa sample buket yang mana biasanya buket dikenal dengan isian bunga, lalu kami buat buket isian barang atau benda lain seperti boneka, uang yang dimana buket uang tersebut diberikan tambahan mutiara di setiap sisi luar plastik lembaran uang"[68]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Seperti Menyediakan katalog referensi desain yang bisa dimodifikasi sesuai keinginan pelanggan."[69]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Seperti promosi,media sosial seperti itu kemudian dari mulut ke mulut .Yang paling ini sih sebenarnya juga branded itu harus ada di setiap buket jadi orang tau bagian dari promosi sebagai pelayanan custom itu sendiri."[70]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha menerapkan strategi berbeda dalam memberikan layanan custom sebagai bentuk peningkatan kualitas dan daya tarik produk. Anmusflower berinovasi dengan menyediakan variasi buket yang tidak hanya berisi bunga, tetapi juga barang-barang seperti boneka dan uang yang dimana buket uang tersebut diberikan tambahan mutiara di setiap sisi luar plastik lembaran uang . yang memberikan kesan unik dan personal. Buket.id30 mendukung layanan custom dengan menyediakan katalog desain yang dapat dimodifikasi sesuai permintaan pelanggan, sehingga tetap fleksibel dan

---

[68] Anna Paramita, Owner Anmus flower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[69] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[70] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

terarah. Sementara itu, Kotakkado menekankan pentingnya branding dalam setiap buket sebagai bentuk promosi tidak langsung, didukung oleh media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Ketiga pendekatan ini menunjukkan bahwa pelayanan custom bukan hanya soal produk, tetapi juga mencakup strategi komunikasi, variasi desain, dan identitas merek untuk menarik minat dan mempertahankan pelanggan.

c). Sumber Daya

Sumber daya merupakan faktor penting dalam mendukung layanan custom, seperti tenaga kerja, bahan baku, kreativitas, dan teknologi. Pelaku usaha perlu mengelola sumber daya ini secara efisien agar layanan tetap optimal, berkualitas, dan mampu memenuhi permintaan pelanggan. Pada bagian ini ada beberapa pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado:Pertanyaan pertama yaitu sumber daya apa (tenaga kerja, bahan, kreativitas, teknologi,dll.) yang paling berperan dalam menjalankan layanan custom Anda?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Kreativitas dan skill adalah sumber daya utama untuk dapat memenuhi orderan custom dari pelanggan."[71]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Diantara sumber daya yang paling berpengaruh menurut kami yaitu kreativitas nah kreativitas ini sangat penting karna memungkinkan kami menciptakan buket bunga yang unik,menarik, dan berbeda dari yang lain sehingga meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen . menurut saya ini krrativitas yang sangat penting sih."[72]

[71] Anna Paramita, Owner Anmus flower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[72] Reza Tri Rezk , Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Kalau saya sebenarnya lebih ke Kreativitas karna kalau sumber daya manusianya ke saya sendiri,terutama custom kan orang-orang pasti ingin membayar budget lebih supaya dia puas dengan apa yang dia pesan . jadi hampir semua custom itu saya kerja sendiri saya tidak memberikan ke tenaga kerja karna kita mencari kepuasan pelanggan itu penting . jadi itu ji kayaknya karna hampir sama semua dengan usaha lain pastinya dan tentunya harus ada keunikan masing-masing."[73]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha menempatkan kreativitas sebagai sumber daya utama dalam menjalankan layanan custom. Kreativitas dianggap sebagai faktor kunci yang memungkinkan mereka menciptakan produk yang unik, menarik, dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Anmusflower menekankan pentingnya skill dan kreativitas untuk memenuhi permintaan yang bervariasi. Buket.id30 juga menilai kreativitas sebagai kekuatan utama dalam meningkatkan nilai jual produk dan menarik konsumen. Sementara itu, Kotakkado lebih menitikberatkan pada kreativitas pribadi yang langsung diterapkan oleh pemilik usaha dalam proses produksi custom, demi menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas bukan hanya menjadi keunggulan kompetitif, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam keberhasilan layanan custom di usaha buket bunga.

Pertanyaan kedua terkait dengan sumber daya adalah bagaimana Anda mengelola sumber daya agar layanan tetap optimal dan efisien?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Memperbanyak referensi, membuka wawasan, dan tidak ragu-ragu dalam berkreasi. Dan paling penting terus mengasah kemampuan."[74]

---

[73] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025
[74] Anna Paramita, Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Kami hanya memerlukan perencanaan yang matang dan peningkatan sumber daya manusianya dan penerapan yang efesien."[75]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Nah itu tadi kalau layanan costom ke saya semua , bukan tidak percaya tenaga kerja cuman kan terkadang orang yang kita pekerjakan yang penting jadi . Jangan sampai tidak sesuai dengan yang dia inginkann, jadi saya kalau menjaga pengembangan diri saya sebagai sumber daya manusia saya lebih banyak menonton youtobe tutorial-tutorial merangkai membuat buket harus punya sesuatu yang bedalah dari crafter punya dan salah satu *iconic* nya kita menggunakan buket kertas dan beberapa usaha tidak memiliki buket kertas."[76]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha sama-sama menekankan pentingnya pengembangan diri dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam mendukung layanan custom. Anmusflower fokus pada upaya memperbanyak referensi, membuka wawasan, dan terus mengasah kemampuan untuk meningkatkan kreativitas. Buket.id30 menyoroti perlunya perencanaan yang matang serta peningkatan SDM agar dapat bekerja secara efisien. Sementara itu, Kotakkado lebih menekankan pada pengembangan keterampilan pribadi melalui belajar mandiri, seperti menonton tutorial di YouTube, demi menjaga kualitas layanan yang sesuai harapan pelanggan. Ia juga menciptakan ciri khas melalui penggunaan buket kertas sebagai pembeda dari usaha lain. Keseluruhannya menunjukkan bahwa pengembangan SDM yang berkelanjutan menjadi kunci penting dalam mempertahankan kualitas dan keunikan layanan custom.

---

[75] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare , tanggal 19 Juni 2025
[76] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pertanyaan ketiga terkait dengan sumber daya adalah apakah Anda memiliki mitra (vendor, supplier, desainer) untuk mendukung keberlangsungan layanan custom?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Kami terus menyediakan bahan dan peralatan yang dibutuhkan dengan memilih atau belanja sendiri produk tersebut langsung di toko."[77]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Yah tentu kami memiliki vendor ,vendor ini sangat penting untuk menunjang penjualan kami,menunjang kinerja kami, dan tentunya memenuhi konsumen kami , dan memenuhi juga permintaan pasar kami."[78]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Sejauh ini sih belum , cuman dari luar yang ada sempar menawarkan diri jadi reseller saya masih mempertimbangkan terkait hal tersebut dan pastinya modal awal dari kita sendiri."[79]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga usaha tersebut memiliki pendekatan yang berbeda dalam pengelolaan bahan dan kerja sama dengan pihak luar untuk mendukung layanan custom. Anmusflower lebih memilih pengadaan mandiri dengan membeli bahan secara langsung agar kualitas tetap terkontrol. Buket.id30 telah bekerja sama dengan vendor tetap yang berperan penting dalam menunjang kinerja usaha dan memenuhi permintaan pasar secara efisien. Sementara itu, Kotakkado masih mengelola bahan dan modal secara mandiri, meskipun telah ada tawaran dari pihak luar untuk menjadi reseller, namun masih dalam tahap pertimbangan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap usaha memiliki

[77] Anna Paramita,Owner Anmusflower,Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[78] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[79] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado,Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

strategi pengelolaan sumber daya yang disesuaikan dengan skala, kebutuhan, dan visi bisnis masing-masing dalam mendukung layanan custom yang mereka tawarkan

Pertanyaan keempat terkait dengan sumber daya adalah bagaimana Anda menjaga kualitas layanan sambil tetap mempertahankan harga kompetitif?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "On time, kita harus mengerjakan pesanan tepat waktu, menyediakan layanan pesan antar yang amanah. Karna kami mengandalkan kecepatan *and* kualitas, sehingga harga yang kami tawarkan sebanding dengan kepuasan pelanggan.Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa dalam momen-momen tertentu seperti pesanan mendadak atau banyaknya antrean pesanan, menjaga konsistensi waktu pengerjaan menjadi tantangan tersendiri."[80]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Kami menjaga kualitas layanan dengan bersikap responsif, memahami kebutuhan pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang sesuai. Untuk mempertahankan harga tetap kompetitif, kami rutin melakukan riset pasar dengan mengecek harga di Instagram toko lain melalui akun second, serta menawarkan diskon dan promosi khusus melalui media sosial.Tetapi, seringkali riset pasar ini memakan waktu dan tenaga, serta belum tentu memberikan hasil yang langsung terlihat dalam penjualan. Kadang, strategi promosi juga kurang efektif ketika tren atau selera pasar berubah dengan cepat."[81]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Menjaga kualitas pelayanan 24 jam biasa ada yang chat saya tengah malam saya masih respon kecuali ada hal urgent . jadi pelayanan tetap 24 jam salah satunya untuk mempertahankan pelanggan apalagi pada saat-saat bukan jam kerja ada customer jadi menambah lagi customer sebelum customer tersebut pergi.Namun, pola kerja seperti ini kadang membuat saya kelelahan karena waktu istirahat terganggu. Tidak jarang juga terjadi miskomunikasi saat merespon dengan kondisi kurang fit atau mengantuk."[82]

---

[80] Anna Paramita, Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[81] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[82] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa masing-masing pelaku usaha Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado memiliki strategi tersendiri dalam menjaga kualitas layanan sambil mempertahankan harga yang kompetitif.Anmusflower menekankan pentingnya ketepatan waktu dan layanan pesan antar yang amanah sebagai bentuk kualitas yang sebanding dengan harga. Namun, ketergantungan pada kecepatan dan ketepatan waktu membuat usaha ini rentan mengalami kendala saat pesanan menumpuk atau terjadi permintaan mendadak.Buket.id30 mengandalkan responsivitas, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta riset pasar melalui media sosial untuk menyesuaikan harga dan strategi promosi. Meskipun demikian, strategi ini membutuhkan konsistensi dan waktu yang tidak sedikit, serta bisa kurang efektif bila tren pasar berubah secara cepat.

Sementara itu, Kotakkado menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan selama 24 jam. Namun, pelayanan tanpa batas waktu ini berisiko menimbulkan kelelahan dan ketidakseimbangan antara pekerjaan dan waktu istirahat, yang dapat memengaruhi kualitas komunikasi dengan pelanggan. Dari ketiga pendekatan tersebut dapat dilihat bahwa meskipun para pelaku usaha berupaya menjaga kualitas layanan dan harga secara seimbang, mereka tetap menghadapi tantangan tersendiri dalam pengelolaan sumber daya dan konsistensi operasional. Strategi yang diterapkan belum sepenuhnya ideal dan masih memerlukan penyesuaian agar keberlanjutan usaha dapat terjaga di tengah kompetisi pasar yang terus berkembang

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Strategi yang diterapkan oleh masing-masing usaha buket bunga dalam mengembangkan layanan custom

a). Strategi Utama

Pelaku usaha menarik minat pelanggan dengan memanfaatkan media sosial, memberikan layanan yang cepat dan komunikatif, serta menawarkan kemudahan dalam menyesuaikan desain sesuai keinginan konsumen. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado: Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik konsumen layanan custom?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Strategi kami adalah buket tidak hanya identik dengan bunga, tetapi barang lain bisa kami hias di dalam buket dan banyak referensi pilihan selain buket bunga."[83]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Strategi utama kami adalah memberikan pelayanan yang ramah dan fleksibel terhadap permintaan desain pelanggan. Kami juga aktif di media sosial untuk menampilkan hasil karya secara rutin, agar calon pembeli bisa melihat variasi produk kami. Selain itu, kami selalu berusaha memberikan harga yang kompetitif dengan tetap menjaga estetika dan kualitas."[84]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Strategi utama saya adalah menjaga kualitas hasil akhir dan detail produk custom sesuai dengan keinginan pelanggan. Saya percaya bahwa konsumen layanan custom cenderung lebih memperhatikan detail, jadi saya selalu memastikan setiap pesanan dibuat dengan teliti dan hasilnya memuaskan. Ketika mereka puas, mereka cenderung merekomendasikan ke orang lain."[85]

---

[83] Anna Paramita, Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[84] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[85] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha memiliki strategi utama yang berbeda dalam menarik minat konsumen layanan custom, Anmusflower menonjolkan keberagaman produk, Buket.id30 mengandalkan komunikasi yang ramah, fleksibel, serta promosi aktif di media sosial, sedangkan Kotakkado lebih menekankan pada kualitas dan detail hasil akhir produk. Meskipun pendekatannya berbeda, ketiganya sama-sama memprioritaskan pelayanan yang responsif, penyesuaian desain sesuai permintaan konsumen, serta membangun kepercayaan pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

b). Strategi Posisi Usaha

Strategi posisi usaha merupakan pendekatan yang digunakan pelaku usaha untuk menentukan bagaimana usahanya dikenal dan diterima oleh pasar. Strategi ini membantu mengarahkan promosi, pelayanan, dan pengembangan produk agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan target konsumen. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado:Menurut Anda, dari macam-macam strategi posisi pasar seperti Market Leader, Challenger, Follower, atau Nicher, usaha Anda termasuk dalam strategi yang mana?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Market Leader karna Anmusflower sudah berdiri sejak tahun 2016 dan sudah costumer kami sudah menjangkau seluruh indonesia bahkan mancanegara. Adapun untuk di parepare kami membuka toko sejak tahun 2019 dan waktu itu masih sedikit usaha buket bunga di parepare kurang dari 5 brand."[86]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

[86] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> "Menurut saya, Buket.id30 berada pada posisi sebagai Market Follower. Kami masih tergolong baru dibanding beberapa usaha lain, namun kami terus belajar dari pelaku usaha yang sudah lebih dulu berkembang. Kami mengikuti tren yang ada, tapi tetap memberikan sentuhan khas agar produk kami punya daya tarik tersendiri."[87]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Saya melihat usaha saya sebagai bagian dari Market Challenger, karena saya aktif melakukan inovasi dan promosi untuk bisa bersaing dengan usaha serupa yang lebih dulu ada. Salah satu strategi saya adalah dengan menawarkan desain custom yang tidak pasaran dan menjalin komunikasi aktif dengan pelanggan lewat media sosial."[88]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing pelaku usaha memiliki pandangan yang berbeda terkait posisi pasar usaha mereka, yang disesuaikan dengan pengalaman, strategi, dan tingkat perkembangan usahanya. anmusflower menempatkan diri sebagai market leader karena telah berdiri sejak 2016 dengan jangkauan pelanggan hingga ke mancanegara, serta menjadi salah satu pelopor usaha buket bunga di parepare. sementara itu, buket.id30 mengidentifikasi dirinya sebagai market follower karena masih dalam tahap pengembangan dan lebih banyak mengikuti tren pasar yang ada. berbeda dengan keduanya, kotakkado memilih posisi sebagai market challenger dengan strategi inovatif dan pendekatan promosi aktif untuk bersaing dengan pelaku usaha yang telah lebih dulu hadir. perbedaan posisi ini mencerminkan keberagaman pendekatan dalam membangun dan mempertahankan eksistensi di pasar layanan custom buket bunga.

c). Strategi Pembeda

Strategi pembeda merupakan langkah yang diambil pelaku usaha untuk menciptakankeunikan dalam layanan yang ditawarkan, sehingga berbeda dari usaha

[87] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[88] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sejenis. Strategi ini dapat terlihat dari cara melayani pelanggan, tampilan produk, desain yang lebih personal, hingga fleksibilitas dalam menyesuaikan permintaan konsumen. Dengan strategi ini, usaha mampu membangun identitas yang khas dan lebih mudah dikenali oleh pelanggan. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado: apakah anda pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dalam hal custom service? jika iya, apa bentuknya?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Kami menamakan ATM, Amati-Tiru-Modifikasi. Jadi tidak serta merta menduplikat karya orang lain."[89]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Saya pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dengan memberikan layanan konsultasi langsung melalui pesan singkat atau video call, khusus untuk pesanan custom yang rumit. Strategi ini saya lakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam desain, dan pelanggan merasa lebih dilibatkan secara real-time. Menurut saya, pendekatan komunikasi intensif ini belum banyak digunakan oleh pelaku usaha buket lainnya di Parepare."[90]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Kalau saya sebisa mungkin tidak mengadopsi apa yang ada di kota parepare tapi saya mengadopsi dari luar ,seperti tadi youtube dan pinterest kemudian saya kembangkan. karna saya berpikir saya mau sesuatu yang berbeda kadang kalau pesanan custom itu saya melihat apa yang crafter lain tidak ada."[91]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing pelaku usaha memiliki pendekatan yang unik dalam membedakan diri dari pesaing melalui layanan custom. Anmusflower mengadopsi strategi ATM untuk

---

[89] Anna Paramita, Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[90] Reza Tri Rezky, Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 19 Juni 2025
[91] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mengembangkan desain dengan sentuhan inovatif tanpa menjiplak. Buket.id30 menekankan komunikasi intensif dengan pelanggan melalui konsultasi langsung, guna memastikan desain yang sesuai harapan. Sementara itu, Kotakkado menggali inspirasi dari sumber luar kota seperti YouTube dan Pinterest untuk menciptakan desain yang berbeda dari pelaku lokal.Ketiganya menunjukkan bahwa kreativitas, inovasi, dan pendekatan personal merupakan elemen penting dalam menciptakan keunggulan layanan custom yang kompetitif.

3. Pendekatan layanan custom dijalankan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado dalam merespon kebutuhan serta preferensi pelanggan

a). Pendekatan Kolaboratif

Pendekatan kolaboratif merupakan strategi di mana pelanggan dilibatkan secara aktif dalam proses perancangan produk, mulai dari tahap awal hingga produk selesai. Pelaku usaha membuka ruang bagi konsumen untuk memberikan ide, menentukan warna, memilih bahan, serta menyesuaikan detail desain sesuai keinginan mereka. Melalui pendekatan ini, produk yang dihasilkan memiliki nilai personal yang tinggi karena mencerminkan selera dan kebutuhan individu konsumen. Selain meningkatkan kepuasan, pendekatan ini juga membangun kedekatan emosional antara pelanggan dan pelaku usaha. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado:apakah anda mengizinkan pelanggan berpartisipasi langsung dalam proses desain (pendekatan kolaboratif)?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Ya mengizinkan."[92]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Ya, saya sangat terbuka jika pelanggan ingin terlibat langsung dalam proses desain. Biasanya saya minta mereka mengirimkan referensi atau ide awal, lalu dari situ kita kembangkan bersama sampai desainnya benar-benar sesuai keinginan mereka. Saya percaya hasil yang dikembangkan bersama pelanggan akan terasa lebih personal dan memuaskan."[93]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Sangat, maksudnya malahan lebih mudah bagi saya saya mauny seperti ini saya maunya warna ini dan lain lain, jadi saya lebih suka mereka menyampaikan apa yang dia mau sebelum pesanan nya jadi."[94]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha mendukung partisipasi aktif pelanggan dalam proses desain produk custom. Anmusflower mengizinkan pelanggan untuk terlibat, meskipun tanpa penjelasan panjang. Buket.id30 secara terbuka menerapkan kolaborasi dengan pelanggan melalui diskusi dan pengembangan ide bersama. Sementara Kotakkado justru menganggap keterlibatan pelanggan sebagai kemudahan dalam bekerja, karena pelanggan memberikan arahan yang jelas sejak awal. Ketiganya memperlihatkan bahwa pendekatan kolaboratif merupakan elemen penting dalam menciptakan layanan yang personal, relevan, dan meningkatkan kepuasan konsumen dalam bisnis buket bunga.

b). Pendekatan Adaptif

Pendekatan ini dilakukan dengan menyesuaikan produk yang ada berdasarkan preferensi atau kebutuhan spesifik dari konsumen. Usaha biasanya memiliki desain dasar yang kemudian bisa diubah atau dimodifikasi untuk menyesuaikan tema acara,

---

[92] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[93] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[94] Izriani Taufiq, Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

warna favorit, ukuran, atau karakter penerima. Misalnya, buket bunga yang disesuaikan untuk acara wisuda akan berbeda nuansanya dengan buket untuk ulang tahun atau pernikahan. Pendekatan adaptif menunjukkan fleksibilitas usaha dalam menghadapi permintaan yang beragam. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado: bagaimana anda menyesuaikan desain dengan kebutuhan atau permintaan spesifik konsumen (pendekatan adaptif)?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Memberikan pilihan untuk warna, tema, dan budget."[95]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Saya menyesuaikan desain dengan terlebih dahulu memahami keinginan detail pelanggan. Biasanya saya tanya dulu tujuan pemberiannya, seperti untuk teman, pasangan, atau keluarga, karena itu akan memengaruhi gaya dan konsep desain. Setelah itu, saya berikan beberapa saran agar desainnya tetap menarik tapi tetap sesuai dengan permintaan mereka."[96]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Saya lebih banyak komunikasi dengan customer apalagi pesanan yang sultan- sultan karna saya tidak mau dia sudah membayar mahal tapi hasilmya tidak sesuai."[97]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha memiliki cara tersendiri dalam menerapkan pendekatan adaptif terhadap permintaan spesifik pelanggan. Anmusflower mengarahkan desain melalui pilihan warna, tema, dan anggaran sebagai dasar penyesuaian. Buket.id30 mengadaptasi

---

[95] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[96] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[97] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

desain berdasarkan tujuan pemberian dan preferensi pribadi pelanggan, dengan tetap memberikan saran kreatif agar hasil tetap menarik. Sementara itu, Kotakkado menekankan pentingnya komunikasi mendalam, terutama untuk pesanan bernilai tinggi, demi menghindari ketidaksesuaian antara ekspektasi dan hasil. Ketiga pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa adaptabilitas dalam layanan custom merupakan kunci untuk menciptakan produk yang personal, tepat sasaran, dan memuaskan pelanggan.

c). Pendekatan Kosmetik

Pendekatan kosmetik adalah cara yang digunakan pelaku usaha untuk menonjolkan nilai estetika produk agar terlihat menarik dan bernilai tinggi di mata konsumen, tanpa harus meningkatkan biaya produksi secara signifikan. Fokus utama dari pendekatan ini adalah memberikan kesan visual yang kuat, sehingga pelanggan merasa puas . Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado:Apakah Anda pernah menggunakan pendekatan kosmetik, yaitu menampilkan desain yang terlihat premium tetapi tetap hemat biaya produksi?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

"Ya,Kadang-kadang."[98]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

[98] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> "Ya, kami sering menggunakan bahan-bahan alternatif yang lebih hemat biaya tapi tetap terlihat mewah, seperti penggunaan kain satin atau pita sintetis dengan teknik penataan tertentu. Bagi kami, visual sangat penting, jadi bagaimana cara menampilkan kesan premium dengan harga terjangkau itu jadi strategi penting."[99]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Sangat, maksudnya malahan lebih mudah bagi saya. Saya maunya seperti ini, saya maunya warna ini dan lain-lain, jadi saya lebih suka mereka menyampaikan apa yang dia mau sebelum pesanannya jadi."[100]

Berdasarkan hasil wawancara, ketiga pelaku usaha buket bunga Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado memiliki kecenderungan yang sama dalam memanfaatkan pendekatan kosmetik sebagai bagian dari strategi produksi dan desain. Anmusflower mengaku kadang-kadang menggunakan pendekatan ini untuk memberikan tampilan menarik tanpa membebani biaya produksi. Buket.id30 secara aktif menerapkan pendekatan kosmetik dengan memanfaatkan bahan-bahan alternatif yang tetap terlihat mewah namun efisien, sebagai strategi utama dalam menjaga keseimbangan antara estetika dan harga. Sementara itu, Kotakkado secara eksplisit menyatakan bahwa pendekatan ini memudahkan proses kreatif, karena pelanggan menyampaikan preferensi warna dan gaya sejak awal, sehingga desain dapat diatur agar tetap hemat namun sesuai ekspektasi premium. Kesimpulannya, pendekatan kosmetik dinilai efektif oleh ketiga pelaku usaha dalam menciptakan persepsi kualitas tinggi, sambil tetap menjaga efisiensi biaya hal ini memperkuat posisi layanan custom sebagai solusi yang fleksibel, menarik secara visual, dan tetap kompetitif di pasar.

d). Pendekatan Transparan

Pendekatan transparan menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan antara pelaku usaha dan pelanggan dalam proses layanan custom. Pelaku usaha

[99] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[100] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menyampaikan informasi secara jelas mengenai harga, bahan yang digunakan, waktu pengerjaan, serta tahapan produksi. Tujuan dari pendekatan ini adalah membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan yang profesional. Dengan transparansi, pelanggan merasa lebih yakin dan tidak ragu dalam melakukan pemesanan, karena segala hal yang berkaitan dengan produk disampaikan secara terbuka sejak awal. Pendekatan ini juga membantu mengurangi potensi kesalahpahaman dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado: sejauh mana anda terbuka kepada pelanggan mengenai harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan (pendekatan transparan)?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Hanya memberikan estimasi waktu pengerjaan kepada pelanggan".[101]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Saya cukup terbuka, terutama soal durasi pengerjaan dan isi buket. Biasanya saya kasih tahu bahan apa yang akan digunakan dan berapa lama prosesnya. Tapi untuk detail harga per bahan, tidak saya jelaskan secara rinci kecuali memang ditanyakan langsung oleh pelanggan."[102]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Sangat-sangat terbuka, kecuali soal pembelanjaan karna itu kan dapur nya kita crafter tapi kalau masalah biaya ,isian dan segala macam bisa sejauh customer minta dijelaskan."[103]

---

[101] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[102] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[103] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keterbukaan para pelaku usaha terhadap pelanggan terkait harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan bervariasi. Anmusflower hanya memberikan estimasi waktu pengerjaan sebagai bentuk transparansi kepada pelanggan. Buket.id30 bersikap cukup terbuka dengan menyampaikan informasi mengenai isi buket dan durasi pembuatan, namun tidak menjabarkan rincian harga bahan secara detail kecuali jika diminta. Sementara itu, Kotakkado menunjukkan sikap yang paling terbuka, dengan menjelaskan semua hal mulai dari biaya hingga komposisi buket jika pelanggan memintanya, meskipun tetap menjaga kerahasiaan proses pembelanjaan bahan sebagai bagian dari strategi internal usaha. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi dalam usaha custom disesuaikan dengan kebijakan masing-masing pelaku usaha, dan bergantung pada sejauh mana informasi tersebut dianggap penting untuk diketahui pelanggan.

4. Persepsi pemilik dan pelanggan terhadap kontribusi layanan custom dalam membangun daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare

a). Efisiensi dan Efektivitas Sumber Daya

Efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan sumber daya merupakan salah satu kunci penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Efisiensi berarti bagaimana suatu usaha mampu menggunakan sumber daya secara hemat dan tepat guna, sehingga dapat menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan. Sementara itu, efektivitas merujuk pada kemampuan usaha dalam memanfaatkan sumber daya tersebut untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara maksimal. Ketika suatu usaha mampu menjalankan kedua hal ini secara bersamaan, maka akan tercipta kinerja operasional yang optimal. Dalam konteks

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

usaha buket bunga dengan layanan custom, efisiensi bisa terlihat dari penggunaan bahan baku yang proporsional, pengelolaan waktu produksi yang terstruktur, serta pemanfaatan teknologi sederhana namun fungsional.

Sedangkan efektivitas tercermin dari kemampuan usaha dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, tetap berkualitas, dan diselesaikan tepat waktu. Jika efisiensi dan efektivitas ini berjalan dengan baik, maka usaha dapat mempertahankan harga yang kompetitif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya memperkuat posisi usahanya di tengah persaingan pasar. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower,Buket.id30,dan Kotakkado:bagaimana pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat mendukung peningkatan daya saing usaha Anda, khususnya dalam layanan custom buket bunga?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif membantu kami menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas layanan. Dengan mengatur bahan baku secara tepat, membagi waktu kerja secara optimal, dan memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi, kami dapat memberikan layanan custom yang cepat, berkualitas, dan tetap terjangkau. Hal ini membuat usaha kami lebih kompetitif dan dipercaya oleh pelanggan.Usaha ini memiliki reputasi baik yang didukung oleh ulasan positif dari pelanggan. Banyak dari mereka merasa puas dengan hasil produk dan pelayanan yang diberikan."[104]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Pengelolaan sumber daya saya lakukan dengan cara memanfaatkan stok bahan yang tersedia secara maksimal dan menghindari pemborosan. Saya juga membagi waktu pengerjaan berdasarkan tingkat kerumitan pesanan agar tidak ada waktu yang terbuang. Dengan begitu, saya bisa melayani lebih banyak pesanan tanpa mengorbankan kualitas. Efisiensi ini sangat membantu agar

[104] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

usaha tetap berjalan lancar dan mampu bersaing di tengah banyaknya pelaku usaha serupa."[105]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

"Saya mungkin punya sesuatu yang tidak semua crafter punya ada barang jualan saya yang tidak semua crafter punya jadi tinggal customer yang memilih oh ini yang saya cari."[106]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing pelaku usaha memiliki pendekatan tersendiri dalam mengelola sumber daya secara efisien dan efektif untuk meningkatkan daya saing, khususnya dalam layanan custom buket bunga. Anmusflower menekankan efisiensi dalam pengaturan bahan baku, waktu kerja, dan penggunaan media sosial untuk mendukung layanan yang cepat, berkualitas, dan terjangkau. Buket.id30 fokus pada penghematan bahan dan manajemen waktu kerja berdasarkan tingkat kesulitan desain agar produktivitas tetap tinggi tanpa menurunkan kualitas. Sementara itu, Kotakkado menonjolkan nilai unik pada jenis bahan atau elemen desain yang tidak dimiliki crafter lain sebagai bentuk keunggulan dalam pengelolaan aset kreatif. Ketiganya menunjukkan bahwa strategi efisiensi sumber daya bukan hanya tentang biaya, tetapi juga tentang bagaimana keunikan, waktu, dan kualitas dikelola untuk memperkuat posisi usaha di tengah persaingan.

b). Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan dari seluruh aktivitas operasional yang dijalankan. Dalam konteks usaha buket bunga, profitabilitas mencerminkan seberapa efektif usaha tersebut dalam mengelola biaya, menetapkan harga, dan menarik konsumen untuk memperoleh

[105] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[106] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pendapatan yang melebihi pengeluaran. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa usaha mampu memanfaatkan sumber daya secara efisien dan menghasilkan margin keuntungan yang sehat. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan profitabilitas adalah penerapan inovasi, seperti layanan custom, yang memungkinkan usaha menawarkan nilai tambah dan harga jual yang kompetitif sesuai permintaan pasar. Adapun pertanyaan yang sama diajukan kepada ketiga pelaku usaha, yaitu Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado: Bagaimana layanan custom yang Anda tawarkan berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha (profitabilitas)?

Hasil wawancara dengan Ibu Anna Paramita selaku pemilik usaha Anmusflower, menyatakan bahwa:

> "Layanan custom memungkinkan kami menawarkan produk yang lebih personal dan sesuai permintaan pelanggan, sehingga nilai jualnya lebih tinggi. Karena produk disesuaikan, kami dapat menetapkan harga yang lebih fleksibel sesuai tingkat kesulitan dan detail desain. Ini berdampak langsung pada peningkatan margin keuntungan. Selain itu, kepuasan pelanggan terhadap layanan custom juga mendorong repeat order dan promosi dari mulut ke mulut, yang secara tidak langsung meningkatkan pendapatan usaha kami."[107]

Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Reza Tri Rezky selaku pemilik usaha Buket.id30 menyatakan bahwa:

> "Layanan custom membuat produk kami lebih bernilai karena sesuai keinginan pelanggan. Kami bisa menetapkan harga lebih tinggi dan pelanggan merasa puas, sehingga mereka sering kembali dan merekomendasikan ke orang lain. Ini jelas meningkatkan keuntungan usaha."[108]

Selanjutnya, Ibu Izriyani Taufiq selaku pemilik usaha Kotakkado juga mengungkapkan bahwa:

> "Kebanyakam profit itu justru malah dari layanan custom karna sekarangkan jaman nya yang terkadang tidak mau keluar jadi lewat online .jadi lebih besar profit layanan custom ketimbang secara offline tapi kan kita usaha jadi harus nampak offline nya karna ada jg yang tidak memakai media social"[109]

---

[107] Anna Paramita,Owner Anmusflower, Wawancara Di Kota Parepare, tanggal 04 Juni 2025
[108] Reza Tri Rezky ,Owner Buket.id30, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 19 Juni 2025
[109] Izriani Taufiq,Owner Kotakkado, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan custom memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan profitabilitas pada ketiga usaha buket bunga, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado. Pada usaha Anmusflower, layanan custom memungkinkan penawaran produk yang lebih personal sesuai permintaan pelanggan, sehingga nilai jual produk meningkat dan margin keuntungan bertambah. Di Buket.id30, layanan custom dinilai mampu menaikkan harga jual karena produk menjadi lebih bernilai dan sesuai keinginan pelanggan, serta mendorong repeat order dan rekomendasi dari pelanggan. Sementara itu, pada usaha Kotakkado, sebagian besar keuntungan justru berasal dari layanan custom yang dijalankan secara online, karena tren konsumen saat ini lebih memilih bertransaksi digital. Namun demikian, keberadaan offline tetap dijaga untuk menjangkau pelanggan yang tidak menggunakan media sosial. Dengan demikian, layanan custom di ketiga usaha tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan dan memperkuat daya saing di pasar.

Kemudian Persepsi pelanggan atau customer terhadap kontribusi layanan custom dalam membangun daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare. Adapun pertanyaan pertama yang sama diajukan kepada customer Anmusflower, Buket.id30,dan Kotakkado:Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

Alya Kaerunnisah selaku customer pertama pada usaha buket bunga anmusflower mengungkapkan bahwa:

> “Pesan ka di sini karna kulihat pernah buketnya temanku bagus kulihat baru dekat juga dari rumahku”[110].

[110] Alya Khaerunnisah,Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Bahar selaku customer kedua pada usaha buket anmusflower juga mengungkapkan nahwa:

> "Alasanku pesan disini karna produk round bouqet nya itu pakai corong jadi bentuk buketnya tidak gampang rusak"[111]

Sementara itu Sardia selaku customer satu pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

"Karna responnya ramah sekali"[112]

Muh.Lutfi selaku customer kedua satu pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

"kulihat postingan ig nya banyak na upload baru unik-unik juga"[113]

Selanjutnya Kamelia selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

"Karna terimai jasa buket kertas sedangkan yang lain ada yang tidak" [114]

Enti selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

"Di wa nya ada katalog nya jadi gampang dilihat saja pilihan buket apa saja"[115]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan para pelanggan memilih memesan buket bunga di masing-masing usaha sangat beragam, namun memiliki kesamaan dalam hal kepuasan terhadap keunikan produk dan kemudahan layanan. Pada usaha Anmusflower, pelanggan tertarik karena lokasi yang strategis, hasil buket yang sudah terbukti bagus, serta penggunaan bahan seperti

---

[111] Bahar, Wawancara Di Kota Parepare ,tanggal 15 Juni 2025
[112] Sardia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[113] Muh.Lutfi , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025
[114] Kamelia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 10 Juni 2025
[115] Enti, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

corong yang membuat buket lebih kokoh dan tidak mudah rusak. Sementara itu, pada usaha Buket.id30, respons yang ramah serta keaktifan media sosial dalam menampilkan desain buket yang unik menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Adapun pada usaha Kotakkado, keunggulan terletak pada penyediaan buket kertas yang tidak dimiliki oleh semua toko, serta ketersediaan katalog melalui WhatsApp yang memudahkan pelanggan dalam memilih desain. Keseluruhan jawaban menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas produk, keunikan layanan, dan kemudahan akses menjadi faktor utama dalam keputusan konsumen memilih layanan buket bunga.

Pertanyaan kedua yang sama ditujukan untuk customer anmusflower,buket.id.30,dan kotakkado: Adapaun pertanyaannya bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual?Apakah prosesnya mudah dan cepat?

Alya Karennisah selaku customer pertama pada usaha buket bunga anmusflower mengungkapkan bahwa:

> "Langsung ji ku chat, terus ditanyakanmi maunya model bagaimana, jadi kutanyami baru nalihatkan mka contoh-contohnya terus fast respon ji."[116]

Bahar selaku customer pertama pada usaha buket bunga anmusflower mengungkapkan bahwa:

> "kutanyakan mauka model yang bagaimana supaya sesuai juga yang ku mau.intinya tidak berbelit-belit caranya menyampaikan."[117]

Sardia selaku customer pertama pada usaha buket.id30 mengungkapkan bahwa

> "Ku kirimkan saja contoh gambar, langsung dijawabmi."[118]

---

[116] Alya Khaerunnisah, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[117] Bahar, Wawancara Di Kota Parepare ,tanggal 15 Juni 2025
[118] Sardia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Muh. Lutfi selaku customer kedua pada usaha buket.id30 mengungkapkan bahwa:

"To the point."[119]

Kamelia selaku customer pertama pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa:

" Natanya ka bagaimana desainnya,untuk acara apa. Penjualnya cepat tanggap ji apalagi tengah malam masih nabalaski juga."[120]

Enti selaku customer kedua ada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa:

"Kalau saya sesuai"[121]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa para customer dari ketiga usaha buket bunga, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, merasakan pengalaman yang positif dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual.Para customer menilai bahwa prosesnya mudah, tidak berbelit-belit, dan penjual memberikan respon yang cepat. Customer juga merasa terbantu karena penjual aktif memberikan contoh desain dan bertanya secara rinci terkait keinginan mereka, sehingga memudahkan dalam menentukan model buket yang sesuai. Bahkan, ada customer yang mengaku tetap mendapat respon meskipun menghubungi di luar jam operasional. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan fleksibel menjadi salah satu kekuatan utama dari layanan custom pada ketiga usaha tersebut.

Pertanyaan ketiga yang sama ditujukan untuk customer usaha buket bunga anmusflower,buket.id.30,dan kotakkado:Pertanyaannya adalah menurut Anda, apakah

[119] Muh.Lutfi , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025
[120] Kamelia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 10 Juni 2025
[121] Enti, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

Alya Kaerunnisah selaku customer pertama pada usaha buket bunga anmusflower mengungkapkan bahwa:

"Pelayanan yang nakasihki cukup efisien."[122]

Bahar selaku customer kedua pada usaha buket anmusflower juga mengungkapkan nahwa:

"Efisiensi ji tawwa pelayanannya,kalau ada kurang mengertika langsung najelaskan ki secara detail."[123]

Sementara itu Sardia selaku customer satu pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

"Ini usaha toh cepat merespon baru proses pemesanannya juga terstruktur ji jadi merasa ka kalau dilayani ka dengan baik sejak awal sampainya kuterima pesananku."[124]

Muh.Lutfi selaku customer kedua satu pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

"Waktuku pesan sampainya sebelum jadi pesananku ,selaluka nakasih info update tentang pesanan ku."[125]

Selanjutnya Kamelia selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

"Komunikasi ku sama penjual lancar ji."[126]

Enti selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

"cukup cepat dan mudah,pesanan ku juga selesai ji tepat waktu."[127]

---

[122] Alya Khaerunnisah, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[123] Bahar, Wawancara Di Kota Parepare ,tanggal 15 Juni 2025
[124] Sardia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[125] Muh.Lutfi , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025
[126] Kamelia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 10 Juni 2025
[127] Enti, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa para customer dari ketiga usaha buket bunga, yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal efisiensi dan responsivitas.Customer Anmusflower menilai bahwa proses pemesanan berlangsung singkat dan mudah dipahami, serta penjual mampu memberikan penjelasan dengan baik saat ada ketidaksesuaian. Customer Buket.id30 juga merasakan pelayanan yang cepat dan terstruktur, dengan adanya update rutin mengenai status pesanan mereka. Sementara itu, customer Kotakkado menilai komunikasi dengan penjual berjalan lancar, prosesnya cepat, dan produk diterima tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga usaha tersebut mampu menjaga kualitas pelayanan mulai dari awal pemesanan hingga produk diterima oleh pelanggan.

Pertanyaan keempat yang sama ditujukan untuk customer usaha buket bunga anmusflower,buket.id.30,dan kotakkado:Pertanyaannya adalah Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain, kualitas, dan harga?

Alya Kaerunnisah selaku customer pertama pada usaha buket bunga anmusflower mengungkapkan bahwa:

> "Desainnya bagus, tapi waktu pengerjaannya agak lama karena pesanka yang custom bahan flanel. Jadi,kalau yang mendesak naperlukan orang mungkin bisa kurang sabar atau beralih ke yang lain.Kalau harga yang custom memang diatas ki lagi harganya"[128]

Bahar selaku customer kedua pada usaha buket anmusflower juga mengungkapkan nahwa:

> "Waktu ku pesan yang agak ribet, ada bahannya yang harus ditnggu dulu.kalau harga harus juga dulu nasesuaikan "[129]

[128] Alya Khaerunnisah, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[129] Bahar, Wawancara Di Kota Parepare ,tanggal 15 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sementara itu Sardia selaku customer satu pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

> "Secara umum hasilnya sesuai,tapi waktu saya minta model tertentu, sepertinya agak kesulitan juga karena harus disesuaikan lagi. Saya juga harus tanya-tanya terus supaya tidak keliru."[130]

Muh.Lutfi selaku customer kedua pada usaha buket bunga buket.id30 mengungkapkan bahwa :

> "Desainnya oke,harganya sesuai."[131]

Selanjutnya Kamelia selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

> "Hasilnya cukup menarik, tapi saya awalnya ragu karena pakai kertas dan daun kering. Takutnya cepat rusak. Penjual jelaskan sih, cuma harus lebih banyak edukasi lagi ke pembeli seperti saya."[132]

Enti selaku customer satu pada usaha buket bunga bunga kotakkado mengungkapkan bahwa :

> "Modelnya bagus, tapi waktu awal saya bingung karena sistemnya pre-order. Saya pikir bisa langsung jadi. Jadi mungkin penjual perlu lebih aktif kasih penjelasan dari awal."[133]

Berdasarkan hasil wawancara dengan para customer Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, dapat disimpulkan bahwa meskipun sebagian besar customer merasa hasil buket yang diterima sesuai dari segi desain dan tampilan, namun terdapat beberapa kendala yang menunjukkan bahwa layanan custom masih belum optimal. Pada usaha Anmusflower, customer mengapresiasi kualitas dan desain produk, namun menyampaikan bahwa waktu pengerjaan cenderung lebih lama jika menggunakan bahan khusus seperti flanel. Selain itu, harga custom yang lebih tinggi juga menjadi pertimbangan, terutama bagi customer dengan anggaran terbatas atau

---

[130] Sardia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025
[131] Muh.Lutfi , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 18 Juni 2025
[132] Kamelia , Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 10 Juni 2025
[133] Enti, Wawancara Di Kota Parepare,tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kebutuhan mendesak.Di Buket.id30, customer menyatakan bahwa hasilnya cukup sesuai, namun pada desain yang lebih rumit, proses pengerjaan memerlukan penyesuaian tambahan dan komunikasi yang lebih intensif. Ini menunjukkan bahwa masih ada ruang perbaikan dalam efisiensi dan alur pemesanan.

Sementara pada Kotakkado, customer sempat merasa ragu karena penggunaan bahan yang tidak umum seperti kertas dan daun kering, serta sistem pre-order yang belum semua customer pahami. Meskipun penjual telah memberikan penjelasan, edukasi terhadap customer masih perlu ditingkatkan agar tidak menimbulkan kebingungan di awal proses pemesanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi layanan custom dari ketiga usaha masih memerlukan pengembangan, baik dari sisi kecepatan produksi, keterjangkauan harga, kejelasan sistem pemesanan, maupun edukasi terhadap customer. Customer umumnya merasa puas dengan hasil akhir, namun efektivitas proses dan komunikasi masih menjadi aspek penting yang perlu dioptimalkan.

Tabel 4.1 Profit Tahunan Sebelum Adanya Layanan Custom pada Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado

Nama Toko	Tahun Berdiri	Tahun Sebelum Custom	Estimasi Profit Tahunan (Rp)
Anmusflower	2016	2016	Rp.15.880.000
		2017	Rp.17.655.000
		2018	Rp.18.500.000
		2019	Rp.20.850.000
Buket.id30	2020	2020	Rp.29.835.000

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kotakkado	2022	2022	Rp.18.543.000
			Rp.38.065.000

Tabel 4.1 menggambarkan estimasi profit tahunan dari tiga usaha buket bunga yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado sebelum menerapkan layanan custom secara optimal. Berdasarkan data tersebut, Anmusflower yang telah berdiri sejak tahun 2016 mengalami peningkatan profit secara bertahap dari Rp15.880.000 pada tahun pertama menjadi Rp20.850.000 di tahun 2019. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan usaha meskipun masih mengandalkan produk standar. Sementara itu, Buket.id30 yang mulai beroperasi pada tahun 2020 mencatat profit awal sebesar Rp29.835.000. Kotakkado yang baru berdiri pada tahun 2022 mencatat profit sebesar Rp18.543.000. Data ini menjadi gambaran dasar pendapatan usaha ketika layanan yang ditawarkan belum fokus pada penyesuaian produk berdasarkan permintaan konsumen.

Tabel 4.2 Profit Tahunan Setelah Adanya Layanan Custom pada Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado

Nama Toko	Tahun Sebelum Custom	Estimasi Profit Tahunan (Rp)
Anmusflower	2020	Rp.30.450.000
	2021	Rp.32.290.000
	2022	Rp.37.275.000
	2023	Rp.40.920.000
	2024	Rp.45.700.000
Buket.id30	2021	Rp.32.000.000
	2022	Rp.35.000.000
	2023	Rp.38.250.000
	2024	Rp.41.300.000
Kotakkado	2024	Rp.40.997.000

Adapun Tabel 4.2 menunjukkan estimasi profit tahunan setelah masing-masing usaha mulai mengadopsi layanan custom sebagai strategi bisnis utama. Layanan custom yang dimaksud adalah penyesuaian produk sesuai dengan kebutuhan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dan preferensi pelanggan, baik dari segi desain, tema, maupun isi buket. Pada Anmusflower, meskipun layanan custom sudah tersedia sejak awal berdiri, intensitas dan variasi layanan meningkat seiring waktu, sehingga terjadi pertumbuhan profit yang stabil. Begitu pula pada Buket.id30, layanan custom langsung diterapkan sejak awal operasional dan berhasil memberikan profit yang cukup tinggi. Sementara itu, Kotakkado mulai mengoptimalkan layanan custom secara aktif pada tahun 2023, yang ditandai dengan peningkatan signifikan profit dari Rp18.543.000 di tahun 2022 menjadi Rp38.065.000 pada tahun berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi layanan custom memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan usaha.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Upaya optimalisasi layanan custom dilakukan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan kotakkado

Optimalisasi layanan custom yang dilakukan pada usaha buket bunga di Kota Parepare, sebagaimana ditunjukkan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Berdasarkan hasil wawancara, ketiga pelaku usaha memiliki tujuan utama yang sejalan, yaitu untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang personal dan memuaskan, di mana pelanggan dapat menentukan desain, tema, warna, hingga bahan buket sesuai keinginan mereka. Anmusflower menekankan bahwa tidak pernah menolak permintaan pelanggan kecuali yang bertentangan dengan norma masyarakat sebagai wujud inovasi dan tantangan tersendiri dalam berbisnis. Buket.id30 menyatakan bahwa layanan ini membantu meningkatkan kepuasan dan mendorong pelanggan untuk melakukan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pembelian ulang, serta memperluas jangkauan pasar. Kotakkado, di sisi lain, mengakui bahwa layanan custom menjadi syarat mutlak agar tidak tertinggal dalam persaingan.

Ketiganya juga menerapkan alternatif keputusan strategis, seperti menyediakan variasi buket unik (boneka dan uang), katalog desain fleksibel, hingga memperkuat branding dan promosi. Optimalisasi ini tidak terlepas dari pengelolaan sumber daya, terutama kreativitas dan skill sebagai modal utama. Kreativitas dinilai sebagai faktor kunci dalam menciptakan nilai tambah yang membedakan usaha dari pesaing. Anmusflower mengelola sumber daya melalui peningkatan keterampilan dan referensi, Buket.id30 dengan perencanaan matang dan pengembangan SDM, dan Kotakkado dengan produksi mandiri serta pembelajaran mandiri dari tutorial daring.

Dalam hal kemitraan, pendekatan tiap pelaku usaha berbeda: Anmusflower lebih memilih belanja langsung agar kualitas terkontrol, Buket.id30 menjalin kerja sama dengan vendor, sementara Kotakkado masih mengelola sendiri sambil mempertimbangkan tawaran kemitraan. Untuk menjaga kualitas dengan harga yang tetap kompetitif, strategi yang diterapkan pun beragam, mulai dari layanan antar yang tepat waktu dan amanah (Anmusflower), survei harga pasar melalui media sosial (Buket.id30), hingga layanan pelanggan 24 jam (Kotakkado). Optimalisasi layanan custom ini selaras dengan pandangan para ahli seperti Peter Drucker yang menyatakan bahwa optimalisasi adalah proses pencapaian efisiensi dan efektivitas maksimal guna memberikan nilai tambah kepada pelanggan[134], serta David Allen yang menekankan pentingnya penyesuaian kreatif terhadap kebutuhan nyata

[134] Peter F.Drucker, *Management:Teks Responbility,Practices,Harper&Row*, 1974.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

konsumen[135].Dengan demikian, optimalisasi tidak hanya menjadi strategi teknis, tetapi juga bagian dari pendekatan inovatif yang menempatkan pelanggan sebagai pusat nilai usaha. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap perlu mengantisipasi pengelolaan dalam usaha sehari-hari yang memerlukan efisien dan modern.[136]

2. Strategi yang diterapkan oleh masing-masing usaha buket bunga dalam mengembangkan layanan custom

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tiga pelaku usaha buket bunga yaitu Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, dapat disimpulkan bahwa masing-masing usaha menerapkan strategi yang berbeda dalam mengembangkan layanan custom untuk meningkatkan daya saing bisnis. Strategi utama yang digunakan meliputi keberagaman produk dan kecepatan produksi (Anmusflower), pelayanan ramah dan promosi aktif melalui media sosial (Buket.id30), serta penekanan pada kualitas dan detail produk (Kotakkado). Dalam hal strategi posisi usaha, Anmusflower menempatkan diri sebagai market leader dengan jangkauan pelanggan luas dan pengalaman yang lebih lama di industri buket bunga. Sementara itu, Buket.id30 mengidentifikasi diri sebagai market follower yang mengikuti tren pasar namun tetap berupaya memberi nilai tambah melalui pendekatan komunikatif. Berbeda dengan keduanya, Kotakkado mengambil posisi sebagai market challenger dengan pendekatan inovatif dan strategi visual yang berbeda dari pesaing lokal. Untuk strategi pembeda, Anmusflower mengembangkan pendekatan ATM (Amati, Tiru, Modifikasi), Buket.id30 menggunakan konsultasi langsung untuk pesanan custom

---

[135] David Allen, *Getting Things Done:The Art of Stress-Free Productivitity* (Pengeuin books, 2001).

[136] Sri Prilmayanti Awaluddin et al., "Pemberdayaan SDM UMKM Dalam Menghadapi Era Ekonomi n Digital Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Pemanfaatan Aplikasi POS Di Kabupaten Gowa," *Journal Of Human And Education (JAHE)* 5,no. 2 (2025): 724–31, https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2509.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kompleks, dan Kotakkado menggali inspirasi dari luar daerah untuk menciptakan desain yang unik. Temuan ini sejalan dengan teori strategi yang menekankan pentingnya diferensiasi, segmentasi pasar, dan penempatan posisi kompetitif dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.[137] Masing-masing usaha menunjukkan penerapan strategi berbasis orientasi pasar yang adaptif sesuai sumber daya dan karakteristik konsumen, sehingga mampu membangun identitas bisnis yang kuat dalam pasar layanan custom buket bunga yang kompetitif.

3. Pendekatan layanan custom dijalankan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado dalam merespon kebutuhan serta preferensi pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga pelaku usaha buket bunga, yakni Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, dapat disimpulkan bahwa seluruh pelaku usaha telah menerapkan strategi layanan custom melalui empat pendekatan utama: kolaboratif, adaptif, kosmetik, dan transparan. Pertama, dalam pendekatan kolaboratif, seluruh pelaku usaha menunjukkan keterbukaan dalam melibatkan pelanggan secara aktif dalam proses desain. Pelanggan tidak hanya memberikan ide, tetapi juga terlibat dalam pemilihan warna, bahan, dan bentuk desain. Ini mencerminkan bahwa proses produksi bersifat dinamis dan partisipatif. Kedua, melalui pendekatan adaptif, para pelaku usaha menyesuaikan desain dengan preferensi individu pelanggan, seperti tema acara, tujuan pemberian, anggaran, dan karakter penerima. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas tinggi dalam memenuhi kebutuhan unik setiap konsumen. Ketiga, dalam pendekatan kosmetik, pelaku usaha berusaha menciptakan tampilan visual produk yang terlihat eksklusif namun tetap efisien dalam biaya. Mereka

[137] Michael E.porter, *Competititive Strategy:Thecniques for Analyzing Industries and Competitors* ((New York:Free Press), 1980).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menggunakan bahan alternatif yang murah tetapi mampu memberikan kesan mewah. Ini menjadi strategi visual yang efektif dalam pasar custom yang kompetitif.

Keempat, pada pendekatan transparan, masing-masing pelaku usaha menerapkan tingkat keterbukaan yang berbeda kepada pelanggan terkait harga, bahan, waktu pengerjaan, dan proses pembuatan. Transparansi ini penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menghindari kesalahpahaman dalam layanan berbasis pesanan khusus. Seluruh pendekatan ini sangat relevan dengan teori customization menurut Krajewski dan Ritzman (1996), yang menyatakan bahwa customization adalah kemampuan untuk mengakomodasi kebutuhan unik pelanggan dan mengubah desain produk atau jasa sesuai preferensi individu. Implikasi dari teori ini adalah bahwa sistem produksi dalam usaha harus bersifat fleksibel, adaptif, dan terbuka terhadap modifikasi desain demi mengendalikan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda.[138] Oleh karena itu, layanan custom yang berhasil tidak hanya bergantung pada kreativitas produk, tetapi juga pada kemampuan usaha dalam membangun hubungan kolaboratif, responsif terhadap variasi permintaan, menciptakan kesan premium, serta menjalin komunikasi yang terbuka dan jujur dengan pelanggan.

4. Persepsi pemilik dan pelanggan terhadap kontribusi layanan custom dalam membangun daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pemilik usaha buket bunga Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado, diketahui bahwa layanan custom memberikan kontribusi yang signifikan terhadap daya saing usaha, terutama dalam hal efisiensi sumber daya dan profitabilitas. Pemilik Anmusflower mengungkapkan

[138] L. P. Krajewski, L. J., & Ritzman, *Operation Management: Strategy and Analysis, Edisi Ke-4.* (New York:McGraw Hill, 1996).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bahwa efisiensi dicapai melalui pengaturan bahan baku yang tepat, pengelolaan waktu kerja yang optimal, serta penggunaan media sosial untuk mempercepat komunikasi dan promosi. Buket.id30 menyatakan bahwa efisiensi dilakukan dengan memanfaatkan stok yang tersedia dan membagi waktu pengerjaan berdasarkan tingkat kesulitan, sehingga lebih banyak pesanan bisa ditangani tanpa menurunkan kualitas.Sementara Kotakkado mengandalkan diferensiasi bahan dan desain yang tidak umum sebagai nilai jual tersendiri. Dalam hal profitabilitas, ketiganya sepakat bahwa layanan custom memungkinkan penetapan harga yang lebih fleksibel karena setiap produk disesuaikan, sehingga meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, kepuasan pelanggan atas hasil yang personal mendorong repeat order dan promosi dari mulut ke mulut.

Namun demikian, wawancara juga mengungkap sejumlah kelemahan atau tantangan dalam pelaksanaan layanan custom. Pemilik Anmusflower dan Buket.id30 sama-sama menghadapi kendala dalam waktu pengerjaan yang lebih lama untuk pesanan dengan permintaan desain rumit atau bahan khusus, seperti flannel atau satin. Ini membuat layanan tidak selalu cocok untuk pelanggan yang membutuhkan produk dalam waktu cepat. Di sisi lain, Kotakkado menghadapi tantangan dari sisi edukasi pelanggan, terutama karena produk mereka menggunakan bahan seperti kertas dan daun kering yang tidak umum, sehingga sering menimbulkan keraguan awal dari konsumen. Sistem pre-order juga terkadang menimbulkan kesalahpahaman jika tidak dijelaskan dengan rinci sejak awal. Dari perspektif pelanggan, sebagian besar responden mengaku puas dengan keunikan, kualitas, dan kemudahan layanan custom yang mereka terima. Mereka menyebut respons penjual cepat, proses pemesanan tidak berbelit-belit, dan komunikasi berjalan lancar. Namun, sejumlah kekurangan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

juga disampaikan, seperti waktu tunggu yang cukup lama untuk pesanan custom, Beberapa pelanggan juga menyebut bahwa harga layanan custom biasa cukup tinggi, sehingga menjadi pertimbangan bagi mereka yang memiliki anggaran terbatas.

Secara keseluruhan, layanan custom memang menjadi keunggulan kompetitif yang penting dalam usaha buket bunga karena memungkinkan penyesuaian produk sesuai preferensi pelanggan dan menciptakan nilai tambah. Hal ini sesuai dengan teori daya saing dari Michael Porter yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui efisiensi biaya, diferensiasi produk, dan pemusatan perhatian pada kebutuhan pasar.[139] Untuk mempertahankan dan memperkuat daya saing tersebut, pelaku usaha juga perlu memperbaiki aspek internal seperti kecepatan produksi, edukasi pelanggan, kejelasan sistem layanan, serta memastikan bahwa harga sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.Namun demikian banyak bisnis yang dimulai dijalankan hanya berhasil di tahap-tahap awal siklus bisnis yaitu tahap perkenalan dan pertumbuhan tetapi sulit untuk ditahap bertahan dan cenderung mengalami penurunan.[140] Hal ini menunjukkan bahwa strategi daya saing harus bersifat jangka panjang dan adaptif terhadap perubahan pasar. Dalam konteks peningkatan daya saing, suatu usaha tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga memiliki kontribusi strategis dalam pembangunan ekonomi nasional secara berkelanjutan.[141]Sebagaimana dijelaskan Tjiptono bahwa

---

[139] Michael E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations* (New York: Free Press, 1990).

[140] Darwis Darwis, Besse Faradiba, and I Nyoman Budiono, "Pendampingan Penyusunan Business Plan Bagi Pelaku Industri Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 3 (2023): 414–20, https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i3.4756.

[141] Muhammad Suras, Darwis, and Syahriyah Semaun, "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Pada Usaha Bumbung Indah Kota Parepare (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)," *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2024): 28–41, https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.9003.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

keunggulan kompetitif juga harus dibangun melalui kualitas layanan yang konsisten dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.[142]

Tabel 4.3 Perbandingan Anmusflower,buket.id30,dan kotakkado

Aspek Perbandingan	Anmusflower	Buket.id30	Kotakkado
Tahun Berdiri	2016	2020	2022
Tahun Mulai Custom	2020	2021	2024
Produk Custom	Buket foto,mug,round flannel bouquet,flower box	Buket bunga satin,hampers, seserahan,bunga paengantin	Buket Bungas handmade dari kertas,kain,pita,daun kering,snack tower
Strategi	Market Leader	Market Follower	Market Nicher
Pendekatan custom	Kolaborasi dan adaptif	Adaptif dan kosmetik	Kosmetik dan trasparan
Tantangan Urama	Menyesuaikan permintaan pelanggan dalam waktu terbatas	Menjaga kualitas dan harga saat permintaan custom makin kompleks	Edukasi produk seperti daya tahan dan nilai produk handmade
Peluang	Meningkatnya permintaan custom untuk hadiah personal	Peminat tinggi terhadap buket elegan dan premium	Konsumen menytukai desai unik

[142] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2019). hlm. 221–225.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan tabel perbandingan di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing usaha memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengembangkan layanan custom. anmusflower berdiri pada tahun 2016 dan mulai menerapkan layanan custom sejak tahun 2020. Produk custom yang ditawarkan beragam, mulai dari buket foto, mug snack bouquet, round flannel bouquet, hingga flower box. Strategi yang digunakan adalah market leader, dengan pendekatan kolaboratif dan adaptif , artinya usaha ini aktif melibatkan pelanggan dalam proses perancangan produk sekaligus fleksibel menyesuaikan desain dengan kebutuhan konsumen. Tantangan utama yang dihadapi adalah menyesuaikan permintaan pelanggan dalam waktu yang terbatas, terutama saat volume pesanan meningkat. Namun demikian, peluang yang dimiliki cukup besar karena permintaan terhadap produk custom terus meningkat.

Sementara itu, buket.id30 yang didirikan pada tahun 2020 mulai menerapkan layanan custom sejak 2021. Produk yang ditawarkan antara lain buket bunga satin, hampers, seserahan, dan bunga pengantin. Usaha ini mengadopsi strategi market follower dan menggunakan pendekatan adaptif dan kosmetik. Artinya, usaha ini lebih fokus pada penyesuaian produk yang telah ada dengan tampilan yang menarik untuk pelanggan tertentu. Tantangan utamanya terletak pada menjaga kualitas dan harga ketika permintaan custom menjadi semakin kompleks. Namun, Buket.id30 memiliki peluang yang kuat karena tingginya minat konsumen terhadap variasi buket bunga sebagai media ekspresi dan hadiah.

Adapun kotakkado, yang baru berdiri pada tahun 2022, mulai mengembangkan layanan custom secara intensif pada tahun 2023. Produk customnya lebih menonjolkan karakter handmade seperti buket dari kertas, kain, pita, daun kering, serta snack tower. Usaha ini mengadopsi strategi market nicher, dengan pendekatan kosmetik dan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

transparan, yaitu menyajikan produk dengan penyesuaian tampilan estetis yang khas dan memperjelas nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tantangan utama yang dihadapi adalah edukasi pasar, khususnya dalam menjelaskan daya tahan dan nilai estetika dari produk handmade. Meskipun demikian, kotakkado memiliki peluang yang besar karena konsumen saat ini mulai menyukai desain unik dan personal.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, serta merujuk pada intisari penelitian yang disajikan dalam abstrak, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Setiap usaha memiliki fokus dan karakteristik tersendiri dalam penerapan layanan custom. Anmusflower mengutamakan kualitas dan keunikan desain produk meskipun dihadapkan pada tantangan waktu produksi. Buket.id30 menyeimbangkan antara permintaan layanan custom dengan harga yang terjangkau bagi konsumen. Sementara itu, Kotakkado menonjolkan keunikan produk handmade dan menerapkan sistem pre-order untuk menjaga kualitas layanan secara konsisten.
2. Strategi yang digunakan oleh ketiga pelaku usaha berbeda sesuai dengan posisi mereka di pasar.Anmusflower menerapkan strategi sebagai market leader dengan orientasi inovatif dan inisiatif pasar. Buket.id30 mengambil peran sebagai market follower dengan menyesuaikan tren yang ada, sedangkan Kotakkado memilih strategi market nicher dengan menyasar segmen pasar yang lebih spesifik dan personal.
3. Pendekatan layanan custom yang diterapkan mencerminkan pola interaksi yang berbeda antara pelaku usaha dan pelanggan. Anmusflower dan Buket.id30 menggunakan pendekatan kolaboratif dan adaptif, yaitu dengan melibatkan pelanggan dalam proses desain serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, Kotakkado mengadopsi pendekatan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kosmetik dan transparan yang menonjolkan nilai estetika dan kejelasan konsep produk kepada konsumen.

4. Layanan custom memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing usaha. Baik dari perspektif pemilik usaha maupun pelanggan, layanan custom dianggap mampu meningkatkan nilai produk dan kepuasan konsumen. Meskipun demikian, beberapa aspek seperti efisiensi operasional, optimalisasi komunikasi dengan pelanggan, dan pengelolaan sumber daya masih menjadi area yang dapat terus ditingkatkan untuk mendukung keberlanjutan usaha.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka peneliti merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan akademis:

1. Saran Praktis (Untuk Pelaku Usaha)

   a) Berkaitan dengan kendala efisiensi operasional dan sumber daya (khususnya untuk Anmusflower), disarankan untuk memperbaiki sistem manajemen inventaris bahan baku khusus *custom* dan membuat struktur layanan bertingkat (misal: paket custom simpel, medium, kompleks) dengan estimasi waktu dan harga yang jelas untuk mengelola ekspektasi pelanggan.

   b) Untuk mengatasi tantangan keseimbangan kualitas dan harga (yang dihadapi Buket.id30), disarankan untuk menciptakan transparansi harga melalui daftar harga yang detail atau paket-paket *custom* yang menjelaskan komponen apa saja yang didapat, sehingga pelanggan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

memahami hubungan antara harga yang dibayar dan kualitas yang diterima.

c) Terkait tantangan edukasi pasar (yang relevan bagi Kotakkado), disarankan untuk secara proaktif membuat konten di media sosial yang menjelaskan keunikan dan nilai lebih dari produk *handmade*, serta alur pemesanan *pre-order* yang mudah dipahami untuk membangun kepercayaan dan minat konsumen.

2. Saran Akademis (Untuk Peneliti Selanjutnya

a) Penelitian selanjutnya dapat berfokus untuk menganalisis secara kuantitatif dampak dari efisiensi operasional dan efektivitas komunikasi pelanggan terhadap profitabilitas dan loyalitas konsumen pada usaha dengan layanan *custom*.

b) Disarankan untuk melakukan penelitian serupa dengan lingkup yang lebih luas, baik secara geografis maupun jenis industri kreatif, untuk melihat apakah tantangan-tantangan yang teridentifikasi dalam studi ini merupakan fenomena yang umum terjadi pada UMKM berbasis kustomisasi.

c) Mengingat pentingnya edukasi pasar untuk produk inovatif, penelitian di masa depan dapat mengkaji secara spesifik mengenai strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif bagi UMKM untuk memperkenalkan produk non-konvensional kepada target pasarnya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Andriyanto, Irsad. "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce." *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, No. 2 (2019): 87. Https://Doi.Org/10.21043/Bisnis.V6i2.4709.

Awaluddin, Sri Prilmayanti, Emily Nur Saidy, Un Dini Imran, La Ode Amijaya Kamaluddin, And Laode Muhammad Said Lutsfi Konstinia Djafar. "Pemberdayaan Sdm Umkm Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Pemanfaatan Aplikasi Pos Di Kabupaten Gowa." *Journal Of Human And Education (Jahe)* 5, No. 2 (2025): 724–31. Https://Doi.Org/10.31004/Jh.V5i2.2509.

Barney, Jay, Mike Wright, And David J. Ketchen. "The Resource-Based View Of The Firm: Ten Years After 1991." *Journal Of Management* 27, No. 6 (2001): 625–41. Https://Doi.Org/10.1177/014920630102700601.

Bebbington, Jan, And Ian Thomson. "Sustainable Development, Management And Accounting: Boundary Crossing." *Management Accounting Research* 24, No. 4 (December 1, 2013): 277–83. Https://Doi.Org/10.1016/J.Mar.2013.09.002.

Birger, Wenerfelt. "The Resource Based View Of The Firm:Ten Years After." *Staretgic Manajemen Journal* 16 (1995): 171–74.

Darwis, Darwis, Besse Faradiba, And I Nyoman Budiono. "Pendampingan Penyusunan Business Plan Bagi Pelaku Industri Kue Karasa Di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang." *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, No. 3 (2023): 414–20. Https://Doi.Org/10.33084/Pengabdianmu.V8i3.4756.

David Allen. *Getting Things Done:The Art Of Stress-Free Productivitity*. Pengeuin Books, 2001.

Dinda Murahati. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Embong Ijuk Sebelum Dan Sesudah Menerima Modal Kur Bsi Unit Kepahiang." *Skripsi*, 2021, 30–53.

Djam'an Satori & Aan Komariah. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung:Alfabeta, 2017.

Duray, Rebecca, Peter T. Ward, Glenn W. Milligan, And William L. Berry. "Approaches To Mass Customization: Configurations And Empirical Validation." *Journal Of Operations Management* 18, No. 6 (November 1, 2000): 605–25. Https://Doi.Org/10.1016/S0272-6963(00)00043-7.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Edward Iii, G, C. "Implementing Public Policy." *Washington,D.C.:Congressional Quaerterly Press*, 1980.

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta Utara:Pt.Rajagrafindo Persada, 2011.

Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2019.

Faradiba, Besse, And Musmulyadi Musmulyadi. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok_Doubig' Di Makassar." *Pay Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, No. 2 (2020): 52–61. Https://Doi.Org/10.46918/Pay.V2i2.751.

Fatimah & Tyas. *Manajemen Strategi: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta : Deepublish, 2020.

Garelli. *Competitivenessof Natioons:The Fundamentals Bt-Imd World Competitiveness Yearbook*. Imd World Competitiveness Year Book, 2003.

Guenther, Edeltraud, Jan Endrikat, And Thomas W. Guenther. "Environmental Management Control Systems: A Conceptualization And A Review Of The Empirical Evidence." *Journal Of Cleaner Production* 136 (November 10, 2016): 147–71. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jclepro.2016.02.043.

Hamidah. *Manajemen Operasional:Pendekatan Praktis Dalam Pengelolaan Bisnis*. Yogyakarta:Deepublish, 2018.

Hansen, And And Birger Wenerfelt. "Determinants Of Firm Perfomance: The Relative Importance Of Economic And Organizational Factors." *Strategic Manajemen Journal* 10 (1989): 399.

"Hierarki Kebutuhan Maslow - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas." Accessed December 30, 2024. Https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Hierarki_Kebutuhan_Maslow.

Horn, Christian, And Alexander Brem. "Strategic Directions On Innovation Management - A Conceptual Framework." *Management Research Review* 36, No. 10 (2013): 939–54. Https://Doi.Org/10.1108/Mrr-06-2012-0142.

Hotniar Siringoringo. *Pemrograman Linear:Seri Teknik Riset Operasi*. Yogyakarta:Graha Ilmu, 2015.

Ilfan Afiddin. "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Gitar Masmul Custom Di Desa Pujodadi Kabupaten Lampung Tengah Melalui Diferensiasi Produk," 2022.

Jack R.Meredith Dan Scott M.Shafer. *Operation Manajement For Mbas, 5th Ed.* Hoboken,Nj;John Wiley&Sons, 2013.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

James H.Gilmore Dan B.Joseph Pine Ii. *The Four Faces Of Mass Cutomization*. Harvard Business Review, 1997.

Krajewski, L. J., & Ritzman, L. P. *Operation Management: Strategy And Analysis, Edisi Ke-4*. New York:Mcgraw Hill, 1996.

Kurnia. "Implementasi Konsep Kustomisasi Massal Pada Proses Manufaktur Poduk Perhiasan"." Universitas Islam Indonesia, 2019. Https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/17809.

Kusnadi, Edi. *Metodologi Penelitian*. Metro:Ramayana Pers Dan Stain Metro, 2008.

Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya, 2007.

Manuel Salvador, Marco Forza, Thomas Hippmann, Et Al. "Unlocking The Potential Of Mass Customization Through Industry 4.0,." *Applied Sciences* 15, N (2023).

Marpaung. *Manajemen Strategik*. Jakarta:Pt.Bumi Aksara, 2018.

Mason, Robert, And Chandra Lalwani. "Mass Customised Distribution." *International Journal Of Production Economics* 114, No. 1 (July 1, 2008): 71–83. Https://Doi.Org/10.1016/J.Ijpe.2007.09.013.

Melinya, Carina. *Optimalisasi Strategi Pengembangan Umkm Berdasarkan Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam*. *Repository Uin Raden Intan*, 2022.

Michael E. Porter. *The Competitive Advantage Of Nations*. New York: Free Press, 1990.

Michael E.Porter. *Competititive Strategy:Thecniques For Analyzing Industries And Competitors*. (New York:Free Press), 1980.

Michael E.Porter. *Competitive Performance Advantage:Creating And Sustaining Superior Performance*. New York:Free Press, 1985.

Muhammad Kamal Zubair, Dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: Iain Parepare Nusantara Press, 2022.

Muhammad Suras, Darwis, And Syahriyah Semaun. "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Pada Usaha Bumbung Indah Kota Parepare (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)." *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 2, No. 2 (2024): 28–41. Https://Doi.Org/10.35905/Moneta.V2i2.9003.

Munir, Akhmad Sirojudin, Luthfi Hidayah, Pesantren Sunan Drajat, And I A I Khozinatul Ulum. "Simple Bouquet Homemade : Inovasi Bisnis Kreatif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Ds . Kutukan Randublatung Blora

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Simple Bouquet Homemade : Creative Business Innovation For Economic Enrichment Of The Community In The Blora Randublatung Cursed Vill" 2, No. 2 (2024): 20–28.

Peter F.Drucker. *Management:Teks Responbility,Practices,Harper&Row*, 1974.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Marketing Management,15th Ed.* (Harlow:Pearson Education), 2016.

Piller, Frank T. "Mass Customization: Reflections On The State Of The Concept." *International Journal Of Flexible Manufacturing Systems* 16, No. 4 Spec. Iss. (2004): 313–34. Https://Doi.Org/10.1007/S10696-005-5170-X.

Ratnawati, P. G., Kellen, P. B., & Marselinus, B. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dari Aspek Keuangan Pada Sanggar Bliran Sina Watublapi Kabupaten Sikka 1,2,3." *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, No. 2 (2023): 110–21.

Ricardo, D. *On The Principles Of Political Economy And Taxation , London: John Murray*, 1817.

Rini, Astuti. "Inovasi Produk Kreatif Buket Dalam Menarik Minat Konsumen." *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi* 5 (2022): 45–46.

Rubin, P.H. "The Expansion Of Firms." *Journal Of Political Economy*, 1973.

S, Andi Bahri, Muzdalifah Muhammadun, Nurul Qisti, Al Ihfa, Fakultas Ekonomi, Iain Parepare, Prodi Magister, Ekonomi Syariah, And Iain Parepare. "Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Cangkang Kerang Di Kota Parepare." *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, No. 2 (2022): 1369–82.

Saptana, Nfn. "Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing Dan Strategi Pembangunan Pertanian." *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 28, No. 1 (2016): 1. Https://Doi.Org/10.21082/Fae.V28n1.2010.1-18.

Sihite, M. "Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)." *Jurnal Ekonomi Dan Bis*, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung:Alfabeta, 2016.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, N.D.

Sulistyowati. "Tren Konsumen Dalam Indsutri Florist Dan Peluang Inovasi Produk." *Kreativitas Bisnis*, 2021, 45–52.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Supraktino, Hendrawan. *Advanced Strategic Management: Back To Basic Apporouch,*. Jakarta,Pt:Gravindo Utama, 2003.

Suwinto Johan. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011.

Swatriani, Rinkapati. "Kajian Konsep 'Customization' Vitval Ikea." *Jurnal Narada* 9, No. 2 (2022): 145–56. Https://Doi.Org/10.2241/Narada.2022.V9.I2.002.

Tahir, Jumrah,) ; Rusnaena,) ; Musmulyadi, St Nurhayati, And Abd Hamid. "Yume : Journal Of Management Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafe Nuara Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)." *Yume : Journal Of Management* 5, No. 3 (2022): 47–56.

Tim Prima Pena. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta : Gita Media Press), 2015.

Tumar Sumihardjo. *Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Bandung:Puskomedia, 2008.

Tuti Hardianti. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu Didesa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara." Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar, 2019.

Valentina, Lidya Febi. "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Holtikultura Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Kasus Cv. Sinar Medan Lestari)." *(Skripsi, Universitas Medan Area, Medan, Sumatera Utara, Indonesia)*, 2022.

Wahyu, A. Rio Makkulau, Wirani Aisiyah Anwar, Eliza Andriani, And St. Hajar Putri. "Strategi Pemulihan Omzet Umkm Pasca Pandemi Di Kota Parepare." *Jurnal Iqtisaduna* 9, No. 1 (2023): 85–98. Https://Doi.Org/10.24252/Iqtisaduna.V9i1.36976.

Wardhani, Rulyanti Susi, And Yulia Agustina. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang." *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 10, No. 2 (2015): 64. Https://Doi.Org/10.19184/Jauj.V10i2.1252.

Winardi. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta:Prenada Media, 2015.

World Economic Forum,The Global Competitiveness Report. Geneva:World Economic Forum, 2019.

Z.Heflin Firmes. "Daya Saing Organisasi Dalam Perspektif Strategi." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 6 (2012): 2

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI

NAMA : ST.HAJAR PUTRI

NIM : 2120203860202006

PRODI : EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JUDUL : OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA:STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER, BUKET.ID30,DAN KOTAKKADO

PEDOMAN WAWANCARA

A. **Bagaimana upaya optimalisasi layanan custom dilakukan oleh Anmusflower,Buket.id30, dan Kotakkado ?**

Daftar Pertanyaan untuk masing-masing pemilik usaha:

1. Tujuan

   Apa tujuan utama Anda menyediakan layanan custom dalam usaha buke bunga?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Alternatif Keputusan

   Langkah apa saja yang telah Anda ambil sebagai alternatif pengembangan layanan custom?

3. Sumber Daya
   a. Sumber daya apa (tenaga kerja, bahan, kreativitas, teknologi, dll.) yang paling berperan dalam menjalankan layanan custom Anda?
   b. Bagaimana Anda mengelola sumber daya agar layanan tetap optimal dan efisien?
   c. Apakah Anda memiliki mitra (vendor, supplier, desainer) untuk mendukung keberlangsungan layanan custom?
   d. Bagaimana Anda menjaga kualitas layanan sambil tetap mempertahankan harga kompetitif?

B. Strategi apa yang diterapkan oleh masing-masing usaha buket bunga dalam mengembangkan layanan custom?

Daftar Pertanyaan untuk masing-masing pemilik usaha:

1. Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik konsumen layanan custom?
2. Menurut Anda, posisi usaha Anda di pasar Parepare lebih cenderung sebagai Market Leader, Challenger, Follower, atau Nicher? Mengapa?
3. Apakah Anda pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dalam hal custom service? Jika iya, apa bentuknya?

C. Bagaimana pendekatan layanan custom dijalankan oleh Anmusflower, Buket.id30, dan Kotakkado dalam merespons kebutuhan serta preferensi pelanggan?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Daftar Pertanyaan untuk masing-masing pemilik usaha:

1. Apakah Anda mengizinkan pelanggan berpartisipasi langsung dalam proses desain (pendekatan kolaboratif)?
2. Bagaimana Anda menyesuaikan desain dengan kebutuhan/permintaan spesifik konsumen (pendekatan adaptif)?
3. Apakah Anda pernah menggunakan pendekatan kosmetik, yaitu menampilkan desain yang terlihat premium tetapi tetap hemat biaya produksi?
4. Sejauh mana Anda terbuka kepada pelanggan mengenai harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan (pendekatan transparan)?

D. Bagaimana persepsi pemilik dan pelanggan terhadap kontribusi layanan custom dalam membangun daya saing usaha buket bunga di Kota Parepare?

Daftar Pertanyaan untuk masing-masing pemilik usaha:

1. Bagaimana pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat mendukung peningkatan daya saing usaha Anda, khususnya dalam layanan custom buket bunga? Menurut Anda, apa faktor utama yang membuat usaha Anda lebih unggul dari pesaing?
2. Bagaimana layanan custom yang Anda tawarkan berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha (profitabilitas)?

Daftar Pertanyaan untuk masing-masing customer usaha buket bunga:

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?
3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?
4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain, kualitas, dan harga?

Parepare, 07 Mei 2025

Mengetahui,
Pembimbing Utama



Dian Resky Pangestu, M.E.
NIP. 199505162022032011

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-3978/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024
TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

Menimbang
a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan :
a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
b. Menunjuk saudara: **Dian Resky Pangestu M.E.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa	: ST. HAJAR PUTRI
NIM	: 2120203860202006
Program Studi	: Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Judul Penelitian	: STRATEGI INOVATIF PEDAGANG DALAM PENYEDIAAN LAYANAN COSTUM UNTUK MENIGKATKAN DAYA SAING BISNIS (STUDI PADA USAHA BUKET BUNGA ANMUSFLOWER)

c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 29 Juli 2024
Dekan,

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berita Acara Revisi Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : ST. HAJAR PUTRI
N I M : 2120203860202006
Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

STRATEGI INOVATIF PEDAGANG DALAM PENYEDIAAN LAYANAN COSTUM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIA (STUDI PADA USAHA BUKET BUNGA ANMUSFLOWER)

Telah diganti dengan judul baru:

OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA: STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER,BUKET.ID30, DAN KOTAKKADO

dengan alasan / dasar:
"Judul sebelumnya hanya mencakup satu lokasi, kemudian atas saran dosen Pembimbing dan Penguji, objek penelitian menjadi tiga.

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Juli 2025

Pembimbing Utama

Dian Resky Pangestu, M.E.

Mengetahui;
Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 197102082001122002

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Surat Izin Meneliti Dari IAIN Parepare



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 🖷 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2065/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2025 22 Mei 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: ST. HAJAR PUTRI
Tempat/Tgl. Lahir	: BARRU, 11 Pebruari 2003
NIM	: 2120203860202006
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: BTN PANTAI INDAH SOREANG, KEL WATANG SOREANG KEC SOREANG KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA: STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER, BUKET.ID30, DAN KOTAKKADO

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 23 Mei 2025 sampai dengan tanggal 23 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208200112200 2

Tembusan :
1. Rektor IAIN Parepare

Page : 1 of 1, Copyright©afs 2015-2025 - inailul) Dicetak pada Tgl : 22 May 2025 Jam : 08:06:42

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare



SRN IP0000469

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 469/IP/DPM-PTSP/5/2025

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **ST. HAJAR PUTRI**
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **BTN PANTAI INDAH SOREANG KOTA PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFOLER, BUKET.ID.30, DAN KOTAK KADO**

LOKASI PENELITIAN : **1. PIMPINAN ANMUSFLOER KOTA PAREPARE**
2. PIMPINAN BUKUET.ID30 KOTA PAREPARE
3. PIMPINAN KOTAK KADO KOTA PAREPARE

LAMA PENELITIAN : **23 Mei 2025 s.d 23 Juni 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **26 Mei 2025**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
  Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Surat Keterangan Telah Meneliti

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS TENAGA KERJA
Jln. Jend Sudirman No.61 Telp. (0421) 21559 Fax. (0421) 23517
Email disnaker@pareparekota.go.id
PAREPARE 91122

SURAT KETERANGAN
Nomor : 000/196/Disnaker

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: BASUKI BUSRAH, SE., M.Si
Nip	: 19750206 200312 1 012
Jabatan	: Kepala Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare
Instansi	: Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

Nama	: ST. HAJAR PUTRI
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Universitas/Lembaga	: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Alamat	: BTN Pantai Indah Soreang Kota Parepare

Yang tersebut namanya diatas benar telah melakukan penelitian/wawancara dengan judul penelitian **"OPTIMALISASI STRATEGI LAYANAN CUSTOM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BUKET BUNGA STUDI KOMPARATIF PADA ANMUSFLOWER, BUKET.ID 30, DAN KOTAK KADO"** yang dilaksanakan tanggal 23 Mei 2025 s.d 23 Juni 2025 pada Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 25 Juni 2025

KEPALA DINAS,

BASUKI BUSRAH,SE.M.Si
Pembina Muda / IV.b
NIP.19750206 200312 1 012

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Transkip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Tanggal wawancara : 04 Juni 2025

Tempat/Waktu : Toko Anmusflower

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Anna Paramita

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Btn.Pantai Indah Soreang

Pekerjaan : Owner Anmusflower

Optimalisasi

1. Tujuan Optimalisasi
   Apa tujuan utama Anda menyediakan layanan custom dalam usaha buket bunga?

   "Tujuan kami adalah kepuasan dengan tidak pernah menolak permintaan pelanggan kecuali itu melanggar norma-norma dan kebiasaan masyarakat. Karena bagi kami layanan custom itu akan menjadi tantangan tersendiri bagi kami untuk terus berinovasi dan bersaing di masa yang akan datang."

2. Alternatif Keputusan
   Langkah apa saja yang telah Anda ambil sebagai alternatif pengembangan layanan custom?

   "Kami menyediak an beberapa sample buket yang mana biasanya buket dikenal dengan isian bunga, lalu kami buat buket isian barang atau benda lain seperti boneka, uang."

3. Sumber Daya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Sumber daya apa (tenaga kerja, bahan, kreativitas, teknologi, dll.) yang paling berperan dalam menjalankan layanan custom Anda?

"Kreativitas dan skill adalah sumber daya utama untuk dapat memenuhi orderan custom dari pelanggan."

b. Bagaimana Anda mengelola sumber daya agar layanan tetap optimal dan efisien?

"Memperbanyak referensi, membuka wawasan, dan tidak ragu-ragu dalam berkreasi. Dan paling penting terus mengasah kemampuan."

c. Apakah Anda memiliki mitra (vendor, supplier, desainer) untuk mendukung keberlangsungan layanan custom?

"Kami terus menyediakan bahan dan peralatan yang dibutuhkan dengan memilih atau belanja sendiri produk tersebut langsung di toko."

d. Bagaimana Anda menjaga kualitas layanan sambil tetap mempertahankan harga kompetitif?

"On time, kita harus mengerjakan pesanan tepat waktu, menyediakan layanan

pesan antar yang amanah. Karena kami mengandalkan kecepatan dan kualitas, sehingga harga yang kami tawarkan sebanding dengan kepuasan pelanggan."

Strategi

1. Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik konsumen layanan custom?

"Strategi kami adalah buket tidak hanya identik dengan bunga, tetapi barang lain bisa kami hias di dalam buket. Kami juga mengutamakan kecepatan produksi, dan banyak referensi pilihan selain buket bunga."

2. Menurut Anda, posisi usaha Anda di pasar Parepare lebih cenderung sebagai Market Leader, Challenger, Follower, atau Nicher? Mengapa?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Market Leader karena Anmusflower sudah berdiri sejak tahun 2016 dan customer kami sudah menjangkau seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Adapun untuk di Parepare, kami membuka toko sejak tahun 2019 dan waktu itu masih sedikit usaha buket bunga di Parepare, kurang dari 5 brand."

3. Apakah Anda pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dalam hal custom service? Jika iya, apa bentuknya?

"Kami menamakan ATM, Amati–Tiru–Modifikasi. Jadi tidak serta merta menduplikat karya orang lain."

Custom

1. Apakah Anda mengizinkan pelanggan berpartisipasi langsung dalam proses desain (pendekatan kolaboratif)?
   "Ya mengizinkan."
2. Bagaimana Anda menyesuaikan desain dengan kebutuhan/permintaan spesifik konsumen (pendekatan adaptif)?
   "Memberikan pilihan untuk warna, tema, dan budget."
3. Apakah Anda pernah menggunakan pendekatan kosmetik, yaitu menampilkan desain yang terlihat premium tetapi tetap hemat biaya produksi?
   "Ya, kadang-kadang."
4. Sejauh mana Anda terbuka kepada pelanggan mengenai harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan (pendekatan transparan)?
   "Hanya memberikan estimasi waktu pengerjaan kepada pelanggan."

Daya Saing

1. .Bagaimana pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat mendukung peningkatan daya saing usaha Anda, khususnya dalam layanan custom buket bunga? Menurut Anda, apa faktor utama yang membuat usaha

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Anda lebih unggul dari pesaing?

"Pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif membantu kami menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas layanan. Dengan mengatur bahan baku secara tepat, membagi waktu kerja secara optimal, dan memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi, kami dapat memberikan layanan custom yang cepat, berkualitas, dan tetap terjangkau. Hal ini membuat usaha kami lebih kompetitif dan dipercaya oleh pelanggan. Usaha ini memiliki reputasi baik yang didukung oleh ulasan positif dari pelanggan. Banyak dari mereka merasa puas dengan hasil produk dan pelayanan yang diberikan."

2. Bagaimana layanan custom yang Anda tawarkan berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha (profitabilitas)?

"Layanan custom memungkinkan kami menawarkan produk yang lebih personal dan sesuai permintaan pelanggan, sehingga nilai jualnya lebih tinggi. Karena produk disesuaikan, kami dapat menetapkan harga yang lebih fleksibel sesuai tingkat kesulitan dan detail desain. Ini berdampak langsung pada peningkatan margin keuntungan. Selain itu, kepuasan pelanggan terhadap layanan custom juga mendorong repeat order dan promosi dari mulut ke mulut, yang secara tidak langsung meningkatkan pendapatan usaha kami."

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanggal wawancara : 19 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Reza Tri Rezky

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Jl.H.Agussalim

Pekerjaan : Owner Buket.id30

Optimalisasi

1. Tujuan Optimalisasi

Apa tujuan utama Anda menyediakan layanan custom dalam usaha buket bunga?

"Tujuan utama kami menyediakan layanan tersebut sebagai dasar yang paling mendasar dalam bisnis, sasaran utama dalam melayani pelanggan yaitu untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan. Salah satu tujuan kami menyediakan layanan tersebut yaitu untuk meningkatkan kepuasan para konsumen kami. Dengan demikian kami memiliki peluang besar agar konsumen kembali lagi, dan kami juga berpeluang menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan kami."

2. Alternatif Keputusan

Langkah apa saja yang telah Anda ambil sebagai alternatif pengembangan layanan custom?

"Menyediakan katalog referensi desain yang bisa dimodifikasi sesuai Keinginan pelanggan."

3. Sumber Daya

a. Sumber daya apa (tenaga kerja, bahan, kreativitas, teknologi, dll.) yang paling berperan dalam menjalankan layanan custom Anda?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Kreativitas ini sangat penting karena memungkinkan kami menciptakan buket bunga yang unik, menarik, dan berbeda dari yang lain, sehingga meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen."

b. Bagaimana Anda mengelola sumber daya agar layanan tetap optimal dan efisien?

"Kami hanya memerlukan perencanaan yang matang dan peningkatan sumber daya manusianya, serta penerapan yang efisien."

c. Apakah Anda memiliki mitra (vendor, supplier, desainer) untuk mendukung keberlangsungan layanan custom?

"Ya, tentu kami memiliki vendor. Vendor ini sangat penting untuk menunjang penjualan kami, menunjang kinerja kami, dan tentunya memenuhi permintaan pasar kami."

d. Bagaimana Anda menjaga kualitas layanan sambil tetap mempertahankan harga kompetitif?

"Kami menjaga kualitas layanan dengan bersikap responsif, memahami kebutuhan pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang sesuai. Untuk mempertahankan harga tetap kompetitif, kami rutin melakukan riset pasar dengan mengecek harga di Instagram toko lain melalui akun second, serta menawarkan diskon dan promosi khusus melalui media sosial."

Strategi

1. Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik konsumen layanan custom?

"Strategi utama kami adalah memberikan pelayanan yang ramah dan fleksibel terhadap permintaan desain pelanggan. Kami juga aktif di media sosial untuk menampilkan hasil karya secara rutin agar calon pembeli bisa

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

melihat variasi produk kami. Selain itu, kami selalu berusaha memberikan harga yang kompetitif dengan tetap menjaga estetika dan kualitas."

3. Menurut Anda, posisi usaha Anda di pasar Parepare lebih cenderung sebagai Market Leader, Challenger, Follower, atau Nicher? Mengapa?

"Menurut saya, Buket.id30 berada pada posisi sebagai Market Follower. Kami masih tergolong baru dibanding beberapa usaha lain, namun kami terus belajar dari pelaku usaha yang sudah lebih dulu berkembang. Kami mengikuti tren yang ada, tapi tetap memberikan sentuhan khas agar produk kami punya daya tarik tersendiri."

4. Apakah Anda pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dalam hal custom service? Jika iya, apa bentuknya?

"Saya pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dengan memberikan layanan konsultasi langsung melalui pesan singkat atau video call, khusus untuk pesanan custom yang rumit. Strategi ini saya lakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam desain, dan pelanggan merasa lebih dilibatkan secara real-time. Menurut saya, pendekatan komunikasi intensif ini belum banyak digunakan oleh pelaku usaha buket lainnya di Parepare."

Custom

1. Apakah Anda mengizinkan pelanggan berpartisipasi langsung dalam proses desain (pendekatan kolaboratif)?

"Ya, saya sangat terbuka jika pelanggan ingin terlibat langsung dalam proses desain. Biasanya saya minta mereka mengirimkan referensi atau ide awal, lalu dari situ kita kembangkan bersama sampai desainnya benar-

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

benar sesuai keinginan mereka. Saya percaya hasil yang dikembangkan bersama pelanggan akan terasa lebih personal dan memuaskan."

2. Bagaimana Anda menyesuaikan desain dengan kebutuhan/permintaan spesifik konsumen (pendekatan adaptif)?

"Saya menyesuaikan desain dengan terlebih dahulu memahami keinginan detail pelanggan. Biasanya saya tanya dulu tujuan pemberiannya, seperti untuk teman, pasangan, atau keluarga, karena itu akan memengaruhi gaya dan konsep desain. Setelah itu, saya berikan beberapa saran agar desainnya tetap menarik tapi tetap sesuai dengan permintaan mereka."

3.Apakah Anda pernah menggunakan pendekatan kosmetik, yaitu menampilkan desain yang terlihat premium tetapi tetap hemat biaya produksi?

"Ya, kami sering menggunakan bahan-bahan alternatif yang lebih hemat biaya tapi tetap terlihat mewah, seperti penggunaan kain satin atau pita sintetis dengan teknik penataan tertentu. Bagi kami, visual sangat penting, jadi bagaimana cara menampilkan kesan premium dengan harga terjangkau itu jadi strategi penting."

4. Sejauh mana Anda terbuka kepada pelanggan mengenai harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan (pendekatan transparan)?

"Saya cukup terbuka, terutama soal durasi pengerjaan dan isi buket. Biasanya saya kasih tahu bahan apa yang akan digunakan dan berapa lama prosesnya. Tapi untuk detail harga per bahan, tidak saya jelaskan secara rinci kecuali memang ditanyakan langsung oleh pelanggan."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Daya Saing

1. Bagaimana pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat mendukung peningkatan daya saing usaha Anda, khususnya dalam layanan custom buket bunga? Menurut Anda, apa faktor utama yang membuat usaha Anda lebih unggul dari pesaing?

> "Pengelolaan sumber daya saya lakukan dengan cara memanfaatkan stok bahan yang tersedia secara maksimal dan menghindari pemborosan. Saya juga membagi waktu pengerjaan berdasarkan tingkat kerumitan pesanan agar tidak ada waktu yang terbuang. Dengan begitu, saya bisa melayani lebih banyak pesanan tanpa mengorbankan kualitas. Efisiensi ini sangat membantu agar usaha tetap berjalan lancar dan mampu bersaing di tengah banyaknya pelaku usaha serupa."

2. Bagaimana layanan custom yang Anda tawarkan berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha (profitabilitas)?

> "Layanan custom membuat produk kami lebih bernilai karena sesuai keinginan pelanggan. Kami bisa menetapkan harga lebih tinggi dan pelanggan merasa puas, sehingga mereka sering kembali dan merekomendasikan ke orang lain. Ini jelas meningkatkan keuntungan usaha."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanggal wawancara : 18 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Isriani Taufiq

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Btn.Grand Sulawesi

Pekerjaan : Owner Kotakkado

Optimalisasi

1. Tujuan Optimalisasi

Apa tujuan utama Anda menyediakan layanan custom dalam usaha buket bunga?

"Tujuan utama sebenarnya kan ini sudah banyak sekali kompetitor ceritanya menjadi usaha seperti ini, jadi kalau kita tidak menyediakan layanan custom otomatis kita tertinggal. Jadi mau tidak mau bahkan pada saat kita turun lokasi seperti ini, kalau orang-orang minta custom kita layani."

2. Alternatif Keputusan

Langkah apa saja yang telah Anda ambil sebagai alternatif pengembangan layanan custom?

"Seperti promosi, media sosial seperti itu kemudian dari mulut ke mulut. Yang paling penting sih sebenarnya juga branded itu harus ada di setiap buket, jadi orang tahu bagian dari promosi sebagai pelayanan custom itu sendiri."

3. Sumber Daya

a.Sumber daya apa (tenaga kerja, bahan, kreativitas, teknologi, dll.) yang paling berperan dalam menjalankan layanan custom Anda?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Saya lebih ke kreativitas karena untuk custom, orang-orang pasti ingin membayar budget lebih supaya puas. Jadi hampir semua custom saya kerjakan sendiri. Saya tidak memberikan ke tenaga kerja karena kami mencari kepuasan pelanggan. Jadi harus ada keunikan masing-masing."

b. Bagaimana Anda mengelola sumber daya agar layanan tetap optimal dan efisien?

"Saya lebih banyak menonton YouTube, tutorial-tutorial merangkai membuat buket, harus punya sesuatu yang beda dari crafter lain. Salah satu ciri khas kami adalah buket kertas yang belum tentu dimiliki usaha lain."

c. Apakah Anda memiliki mitra (vendor, supplier, desainer) untuk mendukung keberlangsungan layanan custom?

"Sejauh ini belum ada mitra. Cuma ada yang sempat menawarkan diri jadi reseller, tapi masih dalam pertimbangan. Modal awal masih dari kami sendiri."

d. Bagaimana Anda menjaga kualitas layanan sambil tetap mempertahankan harga kompetitif?

"Pelayanan tetap 24 jam. Biasa ada yang chat saya tengah malam pun saya masih respon, kecuali jika ada hal urgent. Jadi itu untuk mempertahankan pelanggan, terutama saat mereka butuh di luar jam kerja."

Strategi

1. Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik konsumen layanan custom?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Strategi utama saya adalah menjaga kualitas hasil akhir dan detail produk custom sesuai dengan keinginan pelanggan. Saya percaya bahwa konsumen layanan custom cenderung lebih memperhatikan detail, jadi saya selalu memastikan setiap pesanan dibuat dengan teliti dan hasilnya memuaskan. Ketika mereka puas, mereka cenderung merekomendasikan ke orang lain."

2. Menurut Anda, posisi usaha Anda di pasar Parepare lebih cenderung sebagai Market Leader, Challenger, Follower, atau Nicher? Mengapa?

"Saya melihat usaha saya sebagai bagian dari Market Challenger, karena saya aktif melakukan inovasi dan promosi untuk bisa bersaing dengan usaha serupa yang lebih dulu ada. Salah satu strategi saya adalah dengan menawarkan desain custom yang tidak pasaran dan menjalin komunikasi aktif dengan pelanggan lewat media sosial."

3. Apakah Anda pernah mengadopsi strategi berbeda dari pesaing dalam hal custom service? Jika iya, apa bentuknya?

"Kalau saya sebisa mungkin tidak mengadopsi apa yang ada di kota Parepare tapi saya mengadopsi dari luar, seperti YouTube dan Pinterest kemudian saya kembangkan. Karena saya berpikir saya mau sesuatu yang berbeda. Kadang kalau pesanan custom itu saya melihat apa yang crafter lain tidak ada."

Custom

1. Apakah Anda mengizinkan pelanggan berpartisipasi langsung dalam proses desain (pendekatan kolaboratif)?

"Sangat, maksudnya malahan lebih mudah bagi saya. Saya maunya seperti ini, saya maunya warna ini dan lain-lain, jadi saya lebih suka mereka menyampaikan apa yang dia mau sebelum pesanannya jadi."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bagaimana Anda menyesuaikan desain dengan kebutuhan/permintaan spesifik konsumen (pendekatan adaptif)?

"Saya lebih banyak komunikasi dengan customer, apalagi pesanan yang sultan-sultan karena saya tidak mau dia sudah membayar mahal tapi hasilnya tidak sesuai."

3. Apakah Anda pernah menggunakan pendekatan kosmetik, yaitu menampilkan desain yang terlihat premium tetapi tetap hemat biaya produksi?

"Sangat, maksudnya malahan lebih mudah bagi saya. Saya maunya seperti ini, saya maunya warna ini dan lain-lain, jadi saya lebih suka mereka menyampaikan apa yang dia mau sebelum pesanannya jadi."

4. Sejauh mana Anda terbuka kepada pelanggan mengenai harga bahan, proses pembuatan, dan waktu pengerjaan (pendekatan transparan)?

"Sangat-sangat terbuka, kecuali soal pembelanjaan karena itu kan dapurnya kita crafter. Tapi kalau masalah biaya, isian, dan segala macam bisa sejauh customer minta dijelaskan."

Daya Saing

1. Bagaimana pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat mendukung peningkatan daya saing usaha Anda, khususnya dalam layanan custom buket bunga? Menurut Anda, apa faktor utama yang membuat usaha Anda lebih unggul dari pesaing?

"Saya mungkin punya sesuatu yang tidak semua crafter punya. Ada barang jualan saya yang tidak semua crafter punya, jadi tinggal customer yang memilih 'oh ini yang saya cari'. Keunggulan saya ada di bahan-bahan yang tidak umum dan tidak banyak digunakan oleh pelaku usaha lain, jadi orang bisa menemukan hal yang beda di tempat saya."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bagaimana layanan custom yang Anda tawarkan berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha (profitabilitas)?

> "Kebanyakan profit itu justru malah dari layanan custom karena sekarang kan zamannya yang terkadang tidak mau keluar jadi lewat online. Jadi lebih besar profit layanan custom ketimbang secara offline. Tapi kan kita usaha jadi harus tetap nampak offline-nya karena ada juga yang tidak memakai media sosial."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanggal wawancara : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Alya Khaerunnisah

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl.Pusri

Pekerjaan : Mahasiswi

Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

   "Pesan ka di sini karna kulihat pernah buketnya temanku bagus, kulihat baru dekat juga dari rumahku."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

   "Langsung ji ku chat, terus ditanyakanmi maunya model bagaimana, jadi kutanyami baru nalihatkan mka contoh-contohnya terus fast respon ji."

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

   "Pelayanan yang nakasihki cukup efisien."

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain, kualitas, dan harga?

   "Desainnya bagus, tapi waktu pengerjaannya agak lama karena pesanka yang custom bahan flanel. Jadi, kalau yang mendesak naperlukan orang mungkin bisa kurang sabar atau beralih ke yang lain. Kalau harga yang custom memang di atas ki lagi harganya."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanggal wawancara : 15 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Bahar

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Btn.Mutiara Salemba

Pekerjaan : Mahasiswa

Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

   "Alasanku pesan di sini karna produk round bouquet-nya itu pakai corong jadi bentuk buketnya tidak gampang rusak."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

   "Kutanyakan mauka model yang bagaimana supaya sesuai juga yang ku mau. Intinya tidak berbelit-belit caranya menyampaikan."

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

   "Efisiensi ji tawwa pelayanannya, kalau ada kurang mengertika langsung najelaskan ki secara detail."

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kualitas dan harga kualitas?

"Waktu ku pesan yang agak ribet, ada bahannya yang harus ditunggu dulu. Kalau harga harus juga dulu na sesuaikan."

Tanggal wawancara : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Sardia

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Perumnas Wekke'e

Pekerjaan : Mahasiswi

Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

   "Karna responnya ramah sekali."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

   "Ku kirimkan saja contoh gambar, langsung dijawabmi dan cepatji diproses, jadi ku suka karna tidak ribet."

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

   "Ini usaha toh cepat merespon baru proses pemesanannya juga terstruktur ji, jadi merasa ka kalau dilayani ka dengan baik sejak awal sampai kuterima pesananku."

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kualitas, dan harga?

"Secara umum hasilnya sesuai, tapi waktu saya minta model tertentu, sepertinya agak kesulitan juga karena harus disesuaikan lagi. Saya juga harus tanya-tanya terus supaya tidak keliru."

Tanggal wawancara : 18 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Muh.Lutfi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Btn.Grand Sulawesi

Pekerjaan : Warehouse Staff (Logostik)

Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

   "Kulihat postingan IG-nya banyak na upload, baru unik-unik juga."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

   "Natanya ka bagaimana desainnya, untuk acara apa. Penjualnya cepat tanggap ji, apalagi tengah malam masih nabalaski juga."

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Waktuku pesan, sampainya sebelum jadi pesananku, selaluka nakasih info update tentang pesanan ku."

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain, kualitas, dan harga?

"Desainnya oke, harganya sesuai."

Tanggal wawancara : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Kamelia

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Btn.Cempaka Putih

Pekerjaan : Pelajar

Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

"Karna terima ji jasa buket kertas, sedangkan yang lain ada yang tidak."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan
khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

"Ya mudah"

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

"Komunikasi ku sama penjual lancar dan tidak adaji kendala waktu pesan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain,kualitas, dan harga?

   "Hasilnya cukup menarik, tapi saya awalnya ragu karena pakai kertas dan daun kering. Takutnya cepat rusak. Penjual jelaskan sih, cuma harus lebih banyak edukasi lagi ke pembeli seperti saya."

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanggal wawancara : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Kota Parepare

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Enti

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl.Matahari No.12 A

Pekerjaan : IRT

Daftra Pertanyaan Untuk Pihak Customer

1. Mengapa Anda memilih memesan buket bunga di usaha ini dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis?

   "Di Wa-nya ada katalognya, jadi gampang dilihat saja pilihan buket apa saja."

2. Bagaimana pengalaman Anda dalam menyampaikan desain atau permintaan khusus kepada penjual? Apakah prosesnya mudah dan cepat?

   "Ya"

3. Menurut Anda, apakah usaha ini memberikan pelayanan yang efisien dan responsif, mulai dari pemesanan hingga produk diterima?

   "Cukup cepat dan mudah, pesanan ku juga selesai ji tepat waktu."

4. Apakah hasil buket yang Anda terima sesuai dengan harapan dari segi desain, kualitas, dan harga?

   "Ya Sesuai ji kalau saya"

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anna Paramita
Alamat : BTN Pantai Indah Soreang
Pekerjaan : Owner Anmusflower

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 04 Juni 2025

Anna Paramita

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Resa Tri Reezy

Alamat : Jl.H Agussalim

Pekerjaan : owner Buket . Id30

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri

NIM : 2120203860202006

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare,19 Juni 2025

Resa Tri Reezy

PAREPARE

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ISRIANI TAUFIQ
Alamat : BTN Grand Sulawesi
Pekerjaan : Owner Kotakado

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 18 Juni 2025

ISRIANI TAUFIQ

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ALYA KHAERUNNISAH
Alamat : Jl. Pusri
Pekerjaan : Mahasiswi

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 13 Juni 2025

.....

PAREPARE

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bahor
Alamat : BTN. Mutiara salembu
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 15 Juni 2025

Bahor

PAREPARE

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sardia
Alamat : Wekke 'e
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 13 Juni 2025

PAREPARE

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Lutfi, S.E.

Alamat : BTN. Grand Sulawesi, Blk. 171

Pekerjaan : Warehouse staff (Logistik)

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri

NIM : 2120203860202006

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 18 Juni 2025

Muh. Lutfi

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kamilia
Alamat : Btn. Cempaka Park
Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri
NIM : 2120203860202006
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 Juni 2025

Kamilia

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ENTI

Alamat : Jl. MATAHARI NO. 12 A

Pekerjaan : IRT

Menerangkan bahwa

Nama : St.Hajar Putri

NIM : 2120203860202006

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga: Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.Id30,dan Kotakkado".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 13 Juni 2025

ENTI

PAREPARE

Dipindai dengan CamScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DOKUMENTASI











CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Foto produk custom anamusflower





















CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Foto produk custom buket.id30

















CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Foto produk custom kotakkado












CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BIODATA PENULIS



St.Hajar Putri, Lahir di Barru 11 Fberuari 2003. Merupakan anak kelima dari Alm.Ir.A.Haryanto,ST.MT. dan St.Muhrah. Beralamat di Jl.Sapta Marga Btn.Pantai Indah Soreang. Kelurahan Wattang Soreang, Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Pendidikan di SD Negeri 71 Parepare pada tahun 2009-2015. Kemudian melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 6 Parepare di tahun yang sama dan lulus pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 2 Parepare di tahun yang sama dan lulus pada tahun 2021. Kemudian, sejak tahun 2021, penulis menempuh Pendidikan Jenjang S1 dengan program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, di Institut Agama Islam Negeri Parepare. Selama berkuliah di IAIN Parepare, penulis mengikuti Praktik Pengalaman Lapangan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Parepare, serta mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat di Desa Lagading,Kecamatan Pitu Riase,Kabupaten Sidenreng Rappang. Penulis menyelesaikan studi dengan judul skripsi"Optimalisasi Strategi Layanan Custom Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Buket Bunga:Studi Komparatif Pada Anmusflower,Buket.id30.dan Kotakkado".

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE