



Putri Kemala Dewi
 Lubis¹
 Firman Saputra²
 Laura Magdalena
 Tambunan³
 Maria Audina
 Rumapea⁴

ANALISIS KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BOUQUET DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN (STUDI KASUS PADA UMKM HLN BOUQUET JALAN LETDA SUJONO, PERCUT SEI TUAN, DELI SERDANG)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan UMKM HLN Bouquet di Jalan Letda Sujono, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, dengan fokus pada aspek pemasaran. Metode yang digunakan meliputi analisis kualitatif dan kuantitatif untuk mengevaluasi potensi pasar, strategi pemasaran, serta aspek finansial usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memiliki peluang yang baik dengan permintaan bunga yang terus meningkat. Strategi pemasaran yang diusulkan mencakup pemanfaatan media sosial dan promosi langsung untuk meningkatkan visibilitas produk. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa HLN Bouquet layak untuk dikembangkan lebih lanjut dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing di pasar.

kata kunci : Analisis Kelayakan Usaha ,Strategi Pengembangan Usaha ,Aspek Pemasaran UMKM

Abstract

This research aims to analyze the business feasibility and development strategy of HLN Bouquet MSMEs on Jalan Letda Sujono, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, with a focus on marketing aspects. The methods used include qualitative and quantitative analysis to evaluate market potential, marketing strategies, and financial aspects of the business. The research results show that this business has good opportunities with the increasing demand for flowers. The proposed marketing strategy includes utilizing social media and direct promotions to increase product visibility. The conclusion of this study is that HLN Bouquet is worthy of further development by implementing effective marketing strategies to increase competitiveness in the market.

Keywords : Business Feasibility Analysis, Business Development Strategy, MSME Marketing Aspects.

PENDAHULUAN

Industri bunga di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memberikan hadiah. Namun, persaingan yang ketat dan tantangan dalam menjaga kualitas produk membuat bisnis bouquet menjadi semakin kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial usaha bouquet dan merumuskan strategi pengembangan yang efektif untuk menghadapi tantangan tersebut. HLN BOUQUET merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan. Usaha HLN BOUQUET bouquet adalah jenis usaha yang bergerak dalam pembuatan rangkaian bunga atau benda-benda lainnya yang disusun sedemikian rupa menyerupai bouquet (karangan bunga). Awalnya, bouquet dikenal sebagai rangkaian bunga segar yang digunakan untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan perayaan lainnya. Namun, seiring perkembangan tren dan permintaan pasar, usaha bouquet kini juga

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

email: putrikemaladewilubis.unimed@gmail.com ,firmansap@mhs.unimed.ac.id, lauratambunan@mhs.unimed.ac.id, mariarumapea@mhs.unimed.ac.id.

mencakup pembuatan bouquet dari bahan-bahan alternatif seperti kain flanel, sabun, kertas, cokelat, snack, uang, dan boneka.

Bouquet dari bahan-bahan non-bunga ini menjadi pilihan populer karena dapat disimpan lebih lama dan memberikan kesan yang unik dan personal. Selain itu, bouquet ini sering kali dikustomisasi agar sesuai dengan preferensi atau tema acara, seperti menyesuaikan warna, desain, hingga isi bouquet yang memiliki makna atau nilai simbolis bagi penerima. Peluang usaha di bidang bouquet cukup menjanjikan karena tingginya permintaan akan hadiah yang personal dan kreatif. Pasar utama dari usaha bouquet ini meliputi acara pernikahan, wisuda, ulang tahun, dan hari-hari perayaan lainnya seperti Hari Valentine dan Hari Ibu. Namun, usaha bouquet tidak hanya memerlukan keterampilan merangkai bunga tetapi juga membutuhkan perencanaan bisnis yang matang, terutama dalam hal kelayakan finansial dan strategi pengembangan usaha. Persaingan di industri ini semakin ketat dengan munculnya berbagai usaha baik skala kecil maupun besar yang menawarkan produk dan layanan serupa. Hal ini membuat para pelaku usaha bouquet perlu mempertimbangkan aspek-aspek keuangan dan strategi bisnis yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang.

Analisis kelayakan finansial menjadi penting untuk mengetahui apakah usaha bouquet ini dapat memberikan keuntungan yang layak dan berkelanjutan. Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat memasukkan berbagai aspek seperti investasi awal, proyeksi pendapatan dan biaya, serta indikator kelayakan keuangan seperti NPV, IRR, dan payback period. Selain itu, dengan melakukan analisis strategi pengembangan usaha, pelaku usaha bouquet dapat mengidentifikasi langkah-langkah pengembangan yang tepat, baik melalui inovasi produk, pengembangan pasar, maupun peningkatan kualitas layanan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para pengusaha bouquet untuk membuat keputusan finansial yang lebih baik serta menyusun strategi bisnis yang efektif agar dapat bersaing dan berkembang dalam industri bouquet yang terus berkembang ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan studi kasus pada usaha bouquet. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menyelidiki fenomena sosial dan budaya yang terjadi secara alami. Data dikumpulkan melalui wawancara tidak terstruktur dengan pemilik bisnis secara online dan offline dengan owner pada tanggal 31 Oktober 2024. Wawancara tidak terstruktur adalah pengumpulan data yang mencakup arahan wawancara dalam bentuk garis besar masalah. Penelitian dalam hal ini data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Sumber data primer penelitian ini adalah hasil wawancara sedangkan sumber data sekunder adalah jurnal dan buku-buku. Data yang digunakan disebut sebagai data primer karena diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data, pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan muka dengan orang yang diwawancarai. Dan dikatakan tidak langsung apabila daftar pertanyaan yang diberikan dapat dijawab pada kesempatan lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Profil Usaha

a. HLN BOUQUET merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan. Usaha HLN BOUQUET bouquet adalah jenis usaha yang bergerak dalam pembuatan rangkaian bunga atau benda-benda lainnya yang disusun sedemikian rupa menyerupai bouquet (karangan bunga). Awalnya, bouquet dikenal sebagai rangkaian bunga segar yang digunakan untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan perayaan lainnya. Namun, seiring perkembangan tren dan permintaan pasar, usaha bouquet kini juga mencakup pembuatan Bouquet dari bahan-bahan alternatif seperti kain flanel, sabun, kertas, cokelat, snack, uang, dan Boneka. Bouquet dari bahan-bahan non-bunga ini menjadi pilihan populer karena dapat disimpan lebih lama dan memberikan kesan yang unik dan personal. Selain itu, bouquet ini sering kali dikustomisasi agar sesuai dengan preferensi atau tema acara, seperti menyesuaikan warna, desain, hingga isi bouquet yang memiliki makna atau nilai simbolis bagi penerima.

2. Kelayakan Usaha Ditinjau dari Aspek Pemasaran

a. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan kepada pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan dan kebutuhan. Terdapat dua macam produk yaitu barang dan jasa yang mana sama-sama menjadi kebutuhan masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen perlu dilakukan peningkatan kualitas dari produk dan mempertahankannya, karena hal tersebut menjadi daya tarik konsumen dalam membeli suatu produk. Produk yang dipasarkan pada usaha HLN BOUQUET adalah berupa kerajinan tangan yaitu rangkaian bunga yang terbuat dari bahan-bahan seperti kain flanel, sabun, atau bahkan snack, yang menawarkan keunikan dan daya tahan lebih lama dibandingkan dengan bunga segar. Dengan kreativitas dan kemampuan beradaptasi terhadap tren, banyak UMKM yang berhasil menciptakan produk bouquet unik, yang kemudian membantu meningkatkan daya tarik dan keunikan produk tersebut di pasaran.

b. Price (harga)

Harga adalah nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang akan berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana, harga adalah ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan untuk membeli suatu penawaran. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Dalam menentukan harga, penjual harus menentukan harga dasar yang tepat bagi produknya. Penjual harus menentukan strategi yang menyangkut pada harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang berhubungan dengan harga. Harga yang ditetapkan mempunyai beberapa pertimbangan tertentu, seperti biaya produksi, upah tenaga kerja dan lainnya. Harga Bouquet mulai dari Rp. 35.000 untuk harga bakso bagus memberikan harga yang sesuai dengan target sasarannya. Harga yang diberikan tersebut beraneka ragam sesuai dengan jenis Bouquet yang ditawarkan.

Selain sebagai dasar penentuan laba, persaingan yang ketat membuat harga suatu produk harus bisa bersaing. Sebelum harga ditetapkan maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor langsung dan tidak langsung dari penentuan harga tersebut. Faktor langsung dari penentuan harga produk adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut, misalnya biaya bahan baku dan tenaga kerja, pemasaran, dan lain-lain. Sedangkan faktor tidak langsungnya adalah harga produk pesaing. Kebijakan penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya.

c. Promotion (promosi)

Promosi adalah unsur yang didayagunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk baru perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Media yang dapat digunakan yaitu media cetak, media internet, media sosial, dan secara langsung di tempat usaha. Selain itu sistem personal selling juga dilakukan untuk meningkatkan penjualan (Hamdan & Alfisah, 2022). Strategi promosi lainnya yaitu pemasangan spanduk di depan warung bakso bagus tersebut. (Rukman Et al., 2020). Strategi promosi yang diterapkan oleh warung bakso bagus yaitu dengan memasang lokasi usaha pada maps sehingga memudahkan mencari lokasi usaha. Kemudian, disebarkan juga melalui media sosial dan melalui rekomendasi konsumen ke konsumen lainnya. Adapun spanduk juga dipasang di depan toko Bouquet dapat berguna sebagai sara promosi dan penanda usaha. Selain itu juga promosi yang dilakukan dengan cara membuat konten yang kreatif dan menarik yang di posting di Instagram dan Tiktok Agar dapat menarik perhatian konsumen.

d. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia atau people adalah semua orang atau perilaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personel penyedia jasa, pelanggan dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam jasa pendidikan, dikelompokkan menjadi 3 yaitu administrator, guru dan karyawan. Dalam menjalankan sebuah usaha

perlu diperhatikan bagaimana kinerja dan sikap karyawan karena ini mempengaruhi usaha baik dari aspek penjualan, kualitas produk dan lainnya.

Karyawan yang bekerja dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula terhadap usaha. Karyawan yang direkrut sebaiknya sesuai dengan kebutuhan usaha baik dari latar belakang pendidikan maupun lainnya. Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dari karyawan yaitu sikap, gaya bicara, penampilan, perkataan dan ekspresi serta pelayanan (Elmi Ulin Nafi'ah & Ruliq Suryaningsih, 2022). Pelayanan berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain yang mempunyai sifat tidak berwujud (Sulistiyanto, 2020).

Pada usaha HLN BOUQUET ada beberapa karyawan yang direkrut yaitu sebanyak 3 karyawan. Dalam pengelolaan keuangannya dicatat pengeluaran dan pemasukannya secara rinci dan mengefektifkan pembelian alat dan bahan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah berusaha memenuhi konsumen secepat mungkin, ramah terhadap pembeli, menerima complain, serta saran dan kritik dari pembeli dan terus berusaha memberikan sajian yang terbaik untuk konsumen agar melakukan pembelian secara berulang. Pada usaha HLN BOUQUET biasanya terbuka ada jam 08.00 WIB hingga 21.00 WIB

3. Strategi Pengembangan Usaha Bouquet

Untuk meningkatkan daya saing, beberapa strategi pengembangan dapat dilakukan, antara lain:

a. Diversifikasi Produk

Usaha HLN BOUQUET berbagai jenis bouquet, seperti bouquet bunga segar, bunga kering, edible bouquet (misalnya, dari coklat atau buah), dan bouquet custom.

Usaha HLN BOUQUET selalu berupaya variasi desain yang unik untuk menarik segmen pelanggan yang berbeda, seperti bouquet untuk pernikahan, ulang tahun, atau perayaan khusus lainnya.

b. Peningkatan Kualitas dan Pelayanan

Pemilik usaha HLN BOUQUET kualitas bunga tetap terjaga, baik dari segi kesegaran maupun daya tahan.

Karyawan yang bekerja memberikan pelayanan dengan menyediakan layanan pengiriman tepat waktu, serta menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Usaha HLN BOUQUET selalu memberikan reward kepada setiap konsumennya seperti kartu ucapan yang dipersonalisasi.

c. Penggunaan Teknologi dan Digital Marketing

Usaha HLN BOUQUET menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk secara visual.

Usaha HLN BOUQUET juga memiliki website atau toko online yang user-friendly dengan foto produk berkualitas tinggi dan fitur pembayaran yang mudah.

Usaha HLN BOUQUET menggunakan strategi SEO dan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan online.

d. Kolaborasi dan Kemitraan

Pemilik Usaha berupaja menjalin kerjasama dengan event organizer, wedding planner, atau fotografer untuk meningkatkan visibilitas di acara-acara besar.

Selain itu juga usaha HLN BOUQUET menjalin kemitraan dengan toko kado atau usaha kecil lainnya untuk membuat paket bundling yang menarik.

e. Penawaran Khusus dan Diskon

Usaha HLN BOUQUET selalu memberikan promosi khusus pada hari-hari besar seperti Hari Valentine, Hari Ibu, atau Tahun Baru.

f. Inovasi dalam Desain

Produk yang dihasilkan selalu diperbarui desain dan konsep agar tidak monoton dan mengikuti tren terbaru.

Bouquet yang dihasilkan dikombinasikan dengan penggunaan bahan tambahan seperti daun eksotis, pita dekoratif, atau aksesoris lainnya.

g. Pengelolaan Keuangan yang Efisien

Pemilik usaha selalu memantau biaya produksi dan distribusi untuk memastikan keuntungan tetap maksimal.

Usaha HLN BOUQUET mencari pemasok bunga yang terpercaya dan menawarkan harga bersaing untuk menjaga biaya tetap rendah.

h. Pelatihan dan Pengembangan Tim

Pemilik usaha berupa meningkatkan keterampilan staff dalam merangkai bunga dan pengetahuan tentang tren terbaru dan pelatihan tentang manajemen pelanggan dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

i. Feedback dan Testimoni

Setelah konsumen membeli produk usaha HLN BOUQUET. Pemilik usaha memberikan umpan balik dari pelanggan untuk perbaikan produk dan layanan.

Usaha HLN BOUQUET selalu memanfaatkan testimoni positif sebagai bahan promosi di media sosial atau website.

4. Analisis Risiko dan Mitigasi

Risiko utama dalam usaha bouquet adalah kerusakan stok bunga segar dan fluktuasi permintaan yang bergantung pada musim atau momen tertentu. Untuk mengurangi risiko ini, beberapa langkah mitigasi dapat diterapkan:

b. Pengelolaan Stok yang Efektif: Menjaga jumlah stok bunga segar sesuai permintaan harian atau mingguan, sehingga kerusakan dapat dikurangi.

c. Penyediaan Produk Alternatif: Menyediakan bouquet bunga kering atau sintetis sebagai alternatif di luar musim tertentu.

d. Promosi Berkelanjutan: Melakukan promosi di luar momen tertentu untuk meningkatkan permintaan sepanjang tahun.

SIMPULAN

Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Bouquet Ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM HLN Bouquet Jalan Letda Sujono, Percut Sei Tuan, Deli Serdang)" akan mencakup beberapa poin utama terkait aspek pemasaran UMKM HLN Bouquet. Berdasarkan aspek pemasaran, berikut adalah kemungkinan kesimpulan yang dapat diperoleh Analisis Pasar dan Pelanggan, UMKM HLN Bouquet memiliki pasar yang potensial, terutama untuk segmen pelanggan yang membutuhkan buket untuk acara-acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan acara lainnya. Preferensi pelanggan dalam memilih buket dengan variasi desain dan harga menjadi faktor penting untuk pengembangan usaha ini. Yang kedua ada Strategi Pemasaran Implementasi strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial, promosi melalui influencer lokal, dan kerjasama dengan penyelenggara acara, menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha dan menarik minat konsumen baru. Yang ketiga Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen bauran pemasaran yang optimal, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi, berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM HLN Bouquet.

SARAN

Disarankan agar UMKM HLN Bouquet lebih intensif dalam memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan produk secara visual dan kreatif. Mengadakan konten interaktif seperti giveaway, kuis, atau live shopping dapat membantu meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan pelanggan. Mengingat kebutuhan pelanggan yang beragam, disarankan untuk menawarkan lebih banyak pilihan produk, misalnya buket custom yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, produk bundling, atau paket promosi khusus pada momen-momen tertentu

DAFTAR PUSTAKA

- Surtawijaya, A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Dan Business Plan Matabelo Bandung Florist (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Albab, F. U. (2023). Iluna Florist: Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried flower (Aspek Keuangan) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rohman, A. (2024). Analysis of Business Feasibility Study on Florist and Gift Liia Store Reviewed from Technical or Operational Aspects: Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada

- Florist and Gift Liia Store Ditinjau dari Aspek Teknis atau Operasional. *Al-Muhasabah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 79-93.
- Al'Faturahmah, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower (Aspek Pemasaran)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235.
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(01), 40-56.
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis terhadap usaha kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang ditinjau dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 160-171.
- Damayanti, N. E., David, C., Anggae, E. M. R., Aisyah, N., Yunita, G., Juniarko, O., & Dahlia, P. (2024). *Kelayakan Bisnis Percetakan Syailendra Kota Palangkaraya Ditinjau Dari Aspek Pemasaran*.
- Christine, M. Y. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Produk Umkm Uyah Pencok Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 9(1), 103-109.
- Nurjanah, S. (2013). Studi kelayakan pengembangan bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta. *The Winners*, 14(1), 20-28.
- Ariprabowo, Tri, et al. "MEMBANGUN EKONOMI MELALUI UMKM BUCKET UANG DAN JAJAN DENGAN POTENSI DI ERA DIGITAL DESA BALONGGARUT." *DedikasiMU: Journal of Community Service 5.1* (2023): 15-22.
- Sibuea, Muhammad Buhari, and Faiz Ahmad. "Kewirausahaan Bouquet Bunga Kota Medan Aspek Ekonomi dan Pemasarannya." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 2. No. 1. 2021.
- Surtawijaya, A. (2019). *Studi Kelayakan Usaha Dan Business Plan Matabelo Bandung Florist* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Hasim, H., Asnah, A., & Khoirunnisa, N. (2023). Analisis Kelayakan Usahatani Bunga Potong Hortensia di Desa Tulungrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu (Doctoral dissertation, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Saputra, M. R. (2022). *ANALISIS NON FINANSIAL DAN FINANSIAL USAHA BUNGA RANGKAIAN (FLORIST) PADA HAPPY FLOWER DI KOTA BANDAR LAMPUNG*.
- Septianto, I. C. (2021). *Rencana Bisnis Pendirian Usaha Toko Bunga "Hana Florist" di Harapan Indah, Bekasi Barat/Ivan Christian Septianto/75170267/Pembimbing: Liaw Bun Fa*.
- Fahira, D. N., Agustina, E., & Qurhtuby, M. (2021). Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 63-68.
- Sarwom, J. Y., Mabel, W. F. A., Rahman, F., & Pabendan, Y. D. (2024). *PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN APLIKASI SIAPIK PADA PELAKU USAHA UMKM BOUQUET BUNGA DI KOTA JAYAPURA*. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 860-866.
- Lestari, W. I. S., Artadi, M. W. B., Wafiroh, Z. N. M., & Febriansyah, F. I. (2023). Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lokal Buket Bunga Kering (Studi Kasus UMKM di Desa Sidorejo, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 2(5), 26-33.
- Adam, H. S. (2022). *STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH BUKET BUNGA PRINCESS FLORIST PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi kasus pada UD. Princess Florist)* (Doctoral dissertation, Universitas_Muhammadiyah_Mataram).