

## Surpricey: Usaha Kustomisasi Buket Suvenir sebagai Bisnis Paket Kenangan Eksklusif di Banyuwangi Kota

Apri Setiawan dan Joni Agung Sudarmanto

Universitas Negeri Malang, Malang

apri.setiawan.1802536@students.um.ac.id; joniagung.fs@um.ac.id

### Abstrak

Penjualan buket suvenir secara umum sebagian besar memiliki harga yang relatif tinggi, bentuk atau variasi, dan termasuk susah dijangkau bagi beberapa kalangan masyarakat seperti pelajar maupun mahasiswa di Banyuwangi Kota. Banyuwangi Kota merupakan wilayah padat penduduk di Kabupaten Banyuwangi yang mengalami pertumbuhan pesat pada sektor pendidikan seperti munculnya berbagai sekolah atau universitas baru. Dengan kemunculan sekolah maupun universitas baru mengakibatkan bertambahnya penduduk ke Banyuwangi Kota seperti pelajar dan mahasiswa baru yang setiap tahun akan mengalami penerimaan dan juga kelulusan. Bagi para pelajar atau mahasiswa secara umum menjadi sebuah hal yang patut dilakukan, memberikan sebuah hadiah ketika acara kelulusan tiba kepada sesama teman atau seseorang sebagai sebuah bentuk apresiasi. Oleh karena itu, perlu adanya usaha untuk menjawab kebutuhan bagi setiap selera konsumen sebagai pilihan baru usaha produk yang memiliki konsep maupun permintaan tersendiri sesuai kebutuhan konsumen tersebut. Dalam pembuatan kustomisasi buket ini proses produksi terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap paska produksi. Proses dalam rangkaian pelaksanaan produksi memerlukan suatu bentuk kerja sama perancang dan konsumen bersangkutan sebagai salah satu faktor memperlancar proses pembuatan produk hingga produk diterima. Adapun beberapa macam produk yang dapat ditawarkan yaitu Supricey Float Snack sebagai buket berisi camilan disertai balon, Supricey Float Souvenir sebagai buket berisi pernak-pernik atau suvenir disertai balon, dan Bambox Supricey sebagai kreasi buket dengan kotak bambu. Dari ketiga pilihan tersebut dapat konsumen pilih sesuai dengan permintaan maupun kesediaan biaya relevan disertai kesepakatan kedua belah pihak. Sehingga dengan hadirnya Supricey ini menjadi sebuah langkah usaha untuk memberikan pilihan baru buket suvenir berkonsep kustom atau secara personal bagi masyarakat di Banyuwangi Kota.

**Kata kunci:** kustomisasi, buket, suvenir, kenangan, eksklusif, Banyuwangi kota

### 1. PENDAHULUAN

Suvenir merupakan sebuah benda yang digunakan sebagai bentuk kenang-kenangan bagi seseorang dalam mengingat sebuah peristiwa atau tempat yang memiliki kesan tersendiri. Tidak dipungkiri, kita dapat menemukan suvenir di berbagai belahan dunia, setiap masing-masing wilayahnya menyediakan beragam suvenir berciri khas sebagai kenang-kenangan untuk para wisatawan. Selain dalam permintaan pariwisata atau produk unggulan tempat-tempat yang berpotensi mengesankan para wisatawan, suvenir juga memiliki fungsi lain untuk keperluan momen istimewa yang mengesankan seperti pernikahan, ulang tahun, peringatan, hari besar atau kelulusan.

Seperti di Indonesia, sebuah produsen kustomisasi suvenir menargetkan jumlah yang dibuat agar mereka dapat menghemat biaya dan tenaga ketika produksi. Tidak lain permasalahan tersebut salah satunya terdapat di wilayah Banyuwangi. Secara geografis dalam situs *banyuwangi-airport.com*, Banyuwangi merupakan sebuah kabupaten berada di ujung

timur sekaligus memiliki wilayah terluas di pulau Jawa. Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banyuwangi, pada tahun 2019 luas wilayah Kabupaten Banyuwangi tercatat sekitar 5,782,50 km<sup>2</sup>. Luas wilayah tersebut dapat menjadi sebuah faktor pendukung dengan hadirnya program kerja Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam mempromosikan setiap sudut wilayah yang memiliki ragam budaya maupun kegiatan ekonomi dan bisnis warga lokal. Dari tahun ke tahun Banyuwangi menjadi daerah yang mengalami perkembangan pesat baik dari segi ekonomi hingga pendidikan. Terbukti dengan masuknya beberapa cabang universitas baru baik negeri maupun swasta.

Segi potensi yang ada pada usaha kustomisasi buket souvenir, dipilih karena memiliki segi keunggulan dalam memenuhi kebutuhan maupun tren pasar era saat ini terutama bagi yang sedang mengadakan sebuah acara istimewa tertentu, hari besar, hingga sebagai bentuk ucapan selamat dalam bentuk produk (Mursito, 2021). Pelanggan dapat mengkustom secara personal sesuai kebutuhan atau permintaan yang diinginkan. Namun salah satu permasalahan yang terdapat di lapangan adalah buket souvenir eksklusif yang biasa dijual di Banyuwangi memiliki harga yang relatif terlampaui mahal dan susah dijangkau khususnya oleh kalangan pelajar hingga masyarakat menengah ke bawah.

Kustomisasi buket souvenir dengan nama *Surpricey* merupakan sebuah langkah usaha yang memperhatikan segi kualitas dari buket souvenir dengan konsep yang dapat dibuat secara eksklusif sesuai dengan permintaan pelanggan. Akan tetapi memiliki harga yang kompetitif dan lebih terjangkau dengan produk buket souvenir dari pesaing. Sehingga dengan bermulanya bisnis ini, diharapkan mampu menjangkau target hingga pada jangkauan yang lebih luas pada lapisan masyarakat khususnya di wilayah Banyuwangi.

## 1.1 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya usaha *Surpricey* ini terinspirasi dari pembuatan karangan bunga, buket makanan ringan, hampers, hingga buket balon yang ramai di pasaran. Karena banyaknya usaha yang muncul membuat sebagian besar tampilannya menjadi cenderung pasaran atau monoton. Dengan menerapkan konsep eksklusif dan sesuai biaya pelanggan, kustomisasi buket souvenir ini menjadi pembeda dengan usaha lain. Faktor lain adalah adanya berbagai kebutuhan dan permintaan pasar terhadap produk buket yang digunakan untuk sebuah acara istimewa ataupun produk hadiah. Dengan hadirnya kustomisasi buket souvenir diharapkan menjadi sebuah pilihan bagi masyarakat umum yang ingin dan membutuhkan produk buket namun dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dengan demikian terbentuklah usaha kecil bernama *Surpricey* memiliki sebuah tagline “super quality, not to pricey” karena berusaha mengedepankan kualitas produk yang baik dan terkonsep namun dengan harga yang dapat bersaing dengan produk yang ada dipasaran.

## 1.2 Visi

Mampu menjadi perusahaan kustomisasi buket souvenir yang dapat pilihan terbaik dan selalu melekat di benak para pelanggan.

## 1.3 Misi

- a. Terus berinovasi dan mengedepankan rasa hormat kepada pelanggan tanpa memandang status.
- b. Berkomitmen untuk menjaga kualitas dari bahan yang digunakan.
- c. Merespon positif dan terbuka terhadap segala keluhan pelanggan.

- d. Cakap dan tanggap dalam melakukan evaluasi dan perbaikan.
- e. Selalu belajar dari hal baru untuk terus menjadi perusahaan yang kreatif dan inovatif.

## 2. METODE

### 2.1 Tahap Pra Produksi

Pada tahap awal atau pra produksi, diawali dengan mengumpulkan berbagai ide atau pun konsep. Sumber informasi ide dan konsep dapat ditemukan melalui permintaan yang diinginkan oleh pelanggan, namun sesuai dengan harga yang relevan. Setelah beberapa ide dan konsep dari pelanggan sudah pasti selanjutnya merupakan penentuan bahan baku. Peninjauan bahan menjadi salah satu bentuk pemastian dan pembandingan mengenai beberapa kualitas dari bahan baku hingga perhitungan jarak. Akan tetapi, apabila bahan baku yang dicari tidak ditemukan atau dijangkau, dapat memakai opsi sistem pemesanan secara online melalui bantuan aplikasi *e-commerce*.

### 2.2 Tahap Produksi

Sedangkan pada tahap selanjutnya yaitu produksi. Pada proses produksi lebih didominasi dengan teknik pengerjaan manual mengandalkan kreasi dan kreatifitas. Diawali mendesain beberapa media cetak yang akan dimasukkan ke dalam buket dengan bantuan perangkat lunak seperti *Painttool SAI 2*, *Adobe Photoshop*, hingga *Illustration*. Beberapa alat tersebut nantinya juga digunakan sebagai alat membuat media digital untuk promosi produk buket souvenir. Selanjutnya penataan produk disusun secara rapi dan tertata agar produk menjadi tampak lebih menarik.

### 2.3 Tahap Paska Produksi

Setelah melaksanakan tahap produksi, tahap akhir yaitu paska produksi. Tahap finishing merupakan tahap perbaikan dan penyelesaian pembuatan produk. Pelanggan dapat memberikan sedikit perubahan atau permintaan lain apa bila merasa kurang puas. Akan tetapi buket souvenir tersebut tidak dapat diubah secara keseluruhan. Apabila produk telah selesai dan disetujui oleh pelanggan selanjutnya adalah dokumentasi yang digunakan sebagai arsip perusahaan apabila pelanggan tersebut memperbolehkan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Teori

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang lazim digunakan dalam berbisnis. Menurut O. C. Ferrell dan Michael Hartline (2005) analisis SWOT yaitu mencakup informasi antara pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman). Dengan menggunakan analisis ini, memberikan gambaran secara nyata mengenai peluang dan ancaman sebagai sisi eksternal perusahaan dalam menghadapi tantangan, dengan menyesuaikan sisi internalnya yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Dalam analisis SWOT perancangan buket souvenir terbagi menjadi beberapa langkah strategi untuk memperdalam bisnis, antara lain:

- a. Strategi SO (Kekuatan dan Kesempatan) yaitu dengan mencari peluang kembali untuk memperbaiki agar menjadi produk yang lebih baik.

- b. Strategi ST (Kekuatan dan Ancaman) yaitu dengan mengikuti tren atau era setiap tahun apabila terdapat perkembangan-perkembangan baru mengenai buket souvenir atau souvenir itu sendiri.
- c. Strategi WO (Kelemahan dan Kesempatan) yaitu dengan mencoba berbagai inovasi agar tetap mendapatkan untung dalam jangka panjang.
- d. Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman) yaitu dengan memanfaatkan berbagai alternatif cara apabila menemukan permasalahan agar usaha dapat terus berjalan.

### 3.2 Jenis, Konsep dan Spesifikasi Produk

Beberapa rincian penawaran produk yang nantinya akan dijual terdiri atas tiga pilihan. Adapun beberapa spesifikasi produk yang diberikan diantaranya:

#### 3.2.1. *Surpricey Float Souvenir*

Supricey Float Souvenir merupakan pilihan produk yang memiliki konsep buket balon berisi berbagai macam souvenir. Variasi souvenir didalamnya dapat menyesuaikan permintaan atau biaya yang dimiliki pelanggan. Variasi souvenir dapat berupa figura ilustrasi, mug, tumbler, atau produk sejenis lainnya dan bisa menambah snack sebagai opsi tambahan.

#### 3.2.2. *Surpricey Float Snack*

Supricey Float Snack merupakan pilihan produk yang memiliki konsep tidak jauh berbeda dengan konsep buket souvenir. Buket balon ini nantinya berisi berbagai camilan yang dapat menyesuaikan tema dari pelanggan. Pemilihan camilan dapat diminta oleh pelanggan itu sendiri atau dapat menyesuaikan dari perusahaan. Camilan yang dipilih harus sudah memenuhi standar agar tidak menimbulkan suatu permasalahan yang tidak diinginkan.

#### 3.2.3. *Bambox Surpricey*

Bambox Surpricey merupakan gabungan dari kata bamboo (bambu) dan box (kotak) atau yang biasa disebut kotak besek berbahan bambu. Bambox diisi dengan berbagai souvenir atau camilan sesuai permintaan atau biaya dari pelanggan. Bambox difungsikan sebagai hadiah yang dapat diberikan kepada seseorang atau yang biasa dikenal dengan sebutan hampers.



Gambar 1. Dokumentasi produk Supricey

### 3.3 Presentase Biaya dan Rincian Harga

Berikut merupakan pembahasan mengenai penghitungan bahan baku serta harga jual produk buket souvenir. Untuk harga produk, pembagian persentase dari penetapan harga adalah sebagai berikut:

- a. Bahan dan peralatan = 45%
- b. Biaya lain-lain = 15%
- c. Laba = 40%

Misalkan untuk sebuah buket souvenir bambox berisi pigura ilustrasi sekaligus snack yang disusun sedemikian rupa. Pigura 20 x 20 cm memiliki harga Rp 13.000, kertas kanvas A4 Rp 500, setengah besek bambu Rp 1.500, kain tile Rp 2.000, dan estimasi snack adalah Rp 25.000.

- a. Bahan dan peralatan (45%)  
= bahan utama + estimasi cetak + snack  
= Rp 17.000 + Rp 3.000 + Rp 25.000  
= Rp 45.000
- b. Biaya desain, dll. (15%)  
= Rp 15.000
- c. Profit (40%)  
= Rp 40.000

Sehingga total keseluruhan bahan apabila perhitungan per-buket maka harganya berkisar Rp 100.000.

### 3.4 Pemasaran Produk

#### 3.4.1 Online Marketing

Pemasaran dalam metode online dapat dilakukan dengan menggunakan pembuatan media sosial seperti *facebook* atau *instagram*. Selain menggunakan media sosial, dapat pula memilih opsi pada situs jual-beli resmi atau *e-commerce* seperti *shopee* atau *tokopedia* namun hanya lingkup regional saja. Pemasaran secara online dipilih karena memiliki harga yang relatif rendah, efisien dari segi tenaga, tempat maupun waktu pemasaran yang tidak terbatas.

#### 3.4.2 Exclusive Production System

Strategi dalam bentuk pembatasan produksi seperti Exclusive Production System merupakan dapat menyaring masyarakat yang membutuhkan produk ini. Produk menjadi istimewa karena pembatasan jumlah produksi. Produk yang dibuat masih berskala kecil karena hanya diproduksi dengan *manual handcraft* oleh 1-3 orang saja. Selain itu pembatasan produksi juga dapat lebih mudah memperhatikan kualitas produk sehingga produk tidak mudah mengecewakan pelanggan.

## 4. KESIMPULAN

Dalam usaha kustomisasi buket souvenir yang bernilai eksklusif memiliki rincian produk yang akan ditawarkan. Beberapa rincian penawaran produk yang nantinya akan dijual terdiri atas tiga pilihan yaitu Supricey Float Snack, Supricey Float Souvenir, dan Bambox Supricey. Variasi produk tersebut memiliki beragam harga bergantung dan menyesuaikan pada permintaan pelanggan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Banyuwangi International Airport. (n.d.). *Banyuwangi*. <https://banyuwangi-airport.co.id/pariwisata/15/663>
- Chairia, D. (2012, October 13). *Mass customization: Pengertian dan pendekatan*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/delfi.chairia/551852a9a333118207b664ea/mass-customization-pengertian-dan-pendekatan?page=all>
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banyuwangi. (2019). *Kependudukan dan Naker*. <https://banyuwangikab.go.id/profil/kependudukan-dan-naker.html>

- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2005). *Marketing strategy: Text and cases* (6th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Mursito, I. (2021, February 11). *Menangkap peluang bisnis dari trend memberi hadiah buket*. Bengkulu Ekspres. <https://bengkuluekspres.com/menangkap-peluang-bisnis-dari-trend-memberi-hadiah-buket/>
- Rhinotec Indonesia. (2020, December 22). *Tren hampers jadi peluang usaha akhir tahun*. <https://rhinotec.co.id/tren-hampers-jadi-peluang-usaha-akhir-tahun/>
- Semangat Banyuwangi. (2015, May 18). *Daftar universitas negeri dan swasta di Banyuwangi*. <https://www.semangatbanyuwangi.id/2015/05/daftar-universitas-negeri-dan-swasta-di-banyuwangi.html>