



# Peranan Model Bisnis Kreatif dan Berkelanjutan: Inovasi Buket Bunga Kawat Bulu sebagai Dekoratif

Vina Margaretha Amalia Satrio, Monah Mardiana Vebrianti\*, Hanin Atina Laila, Inayah Luthfiah Nuraini, Indah Respati Kusumasari, Sonja Andarini

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan pada produk buket bunga kawat bulu yang dikelola oleh Blooming Bouquet. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Blooming Bouquet berhasil menerapkan prinsip keberlanjutan dalam produksi buket bunga kawat bulu, yang terbuat dari bahan ramah lingkungan seperti kawat dan bulu sintesis. Produk ini tidak hanya memiliki nilai estetika tinggi tetapi juga ketahanan yang lebih lama dibandingkan dengan bunga segar. Namun, tantangan yang dihadapi termasuk keterbatasan bahan baku ramah lingkungan dan edukasi pasar mengenai pentingnya keberlanjutan. Penelitian ini menyarankan perlunya pengembangan strategi jangka panjang dan edukasi pasar yang lebih intensif.

**Kata kunci:** Model Bisnis Kreatif, Keberlanjutan, Inovasi Produk, Buket Bunga Kawat Bulu, Ekonomi Ramah Lingkungan

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.726>

\*Correspondence: Monah Mardiana Vebrianti

Email: [23042010062@student.upnjatim.ac.id](mailto:23042010062@student.upnjatim.ac.id)

Received: 09-06-2025

Accepted: 16-06-2025

Published: 31-07-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

**Abstract:** This research aims to analyze the application of creative and sustainable business models in the decorative wire and feather bouquet products managed by Blooming Bouquet. A descriptive qualitative approach was used with data collection techniques through interviews, observations, and documentation studies. The results show that Blooming Bouquet successfully applies sustainability principles in the production of wire and feather bouquets, made from eco-friendly materials like wire and synthetic feathers. These products not only have high aesthetic value but also a longer lifespan compared to fresh flowers. However, challenges faced include limited access to sustainable raw materials and educating the market about the importance of sustainability. This study recommends the need for long-term strategy development and more intensive market education.

**Keywords:** Creative Business Model, Sustainability, Product Innovation, Wire and Feather Bouquet, Eco-Friendly Economy

## Pendahuluan

Industri produk dekoratif sedang mengalami transformasi signifikan, dengan konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan dan kualitas produk. Kesadaran global terhadap isu-isu lingkungan, seperti pengelolaan limbah dan pengurangan sumber daya alam, semakin meningkat (Smith, 2020). Produk dekoratif berbahan ramah lingkungan, seperti buket bunga kawat bulu, muncul sebagai alternatif yang menawarkan nilai estetika tinggi, daya tahan yang lebih lama, dan dampak lingkungan yang lebih kecil dibandingkan bunga segar. Blooming Bouquet, produk yang menggunakan kawat dan bulu

sintetis, tidak hanya menarik secara visual tetapi juga lebih awet, mengurangi pemborosan, dan menawarkan solusi yang lebih ramah lingkungan. Pilihan bahan ramah lingkungan memungkinkan konsumen memilih produk yang lebih berkelanjutan (Jones & Brown, 2021).

Penelitian ini berfokus pada penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan dalam produksi buket bunga kawat bulu sebagai inovasi dekoratif ramah lingkungan. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana strategi tersebut dijalankan oleh pelaku usaha dalam menciptakan produk yang estetis sekaligus mendukung prinsip keberlanjutan. Selain itu, penelitian ini mengkaji tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan bahan baku dan edukasi konsumen, serta menganalisis bagaimana model bisnis ini dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan dilakukan pada produk buket bunga kawat bulu yang dikembangkan oleh pelaku usaha mikro. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam proses implementasi model bisnis tersebut, baik dari segi operasional, bahan baku, hingga pendekatan kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini berupaya memberikan rekomendasi strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar lokal melalui penerapan prinsip keberlanjutan yang konsisten dalam seluruh aspek model bisnis yang dijalankan.

## **Landasan Teori**

### **A. Model Bisnis Kreatif**

Model bisnis kreatif adalah pendekatan bisnis yang menekankan pada inovasi dalam penciptaan barang atau jasa yang berbeda dan menarik untuk pelanggan. Tidd dan Bessant (2020) menjelaskan bahwa kreativitas dalam bisnis melibatkan pemikiran baru dan cara-cara inovatif untuk menyelesaikan masalah serta menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Dalam konteks buket bunga kawat bulu, model bisnis kreatif ini memungkinkan untuk menciptakan desain produk yang unik, yang membedakannya dari produk bunga tradisional. Desain yang berbeda ini menciptakan manfaat ekstra yang signifikan untuk pelanggan yang mencari alternatif produk dekoratif yang lebih tahan lama dan ramah lingkungan. Dengan desain inovatif, buket bunga kawat bulu menawarkan produk yang tidak hanya memperindah ruang tetapi juga dapat bertahan lama, menjadi pilihan yang lebih praktis bagi konsumen.

Model bisnis kreatif juga membuka peluang untuk menciptakan pengalaman produk yang lebih disesuaikan dengan preferensi konsumen, seperti penyesuaian tema dekorasi untuk rumah atau acara khusus. Ini bukan sekadar memenuhi kebutuhan estetika

melainkan juga dapat memberikan solusi bagi konsumen yang peduli dengan keberlanjutan dan ingin mengurangi limbah bunga segar yang cepat rusak.

## **B. Keberlanjutan dalam Bisnis**

Keberlanjutan dalam bisnis mengacu pada upaya bisnis untuk mempertimbangkan dampak Aspek sosial, finansial dan keberlanjutan lingkungan dalam keseluruhan proses operasionalnya. Menurut teori keberlanjutan yang diajukan oleh McKinsey & Company (2021), bisnis keberlanjutan menekankan tidak hanya pada profit sesaat, melainkan pada penciptaan nilai jangka Panjang lewat pemanfaatan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab dalam pengurangan limbah, dan peningkatan kesejahteraan sosial. Dalam hal ini, model bisnis yang berkelanjutan berfokus pada bagaimana pengusaha dapat mengelola bisnis mereka dengan cara yang ramah lingkungan dan memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Penerapan model bisnis berkelanjutan pada produk buket bunga kawat bulu membantu mengurangi jejak karbon yang biasanya dihasilkan oleh bunga segar yang banyak digunakan dalam dekorasi. Bunga segar memerlukan proses yang intensif sumber daya, termasuk penggunaan pestisida, air yang melimpah, serta pengolahan yang menghasilkan limbah. Buket bunga kawat bulu, dengan menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan seperti kawat dan bulu sintetis yang dapat didaur ulang, memberikan alternatif yang lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, model bisnis berkelanjutan ini berkontribusi pada pengurangan limbah dan penggunaan bahan berbahaya, sekaligus menjaga kualitas dan daya tahan produk.

## **C. Inovasi Produk**

Inovasi produk merupakan tahapan dalam menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada guna menjawab kebutuhan pasar dengan cara yang lebih baik dan efisien. Christensen (2020) Mengindikasikan bahwa pembaruan produk mampu memperkuat posisi bersaing perusahaan dengan cara menciptakan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen dan lebih diterima oleh pasar. Dalam hal buket bunga kawat bulu, inovasi produk bukan hanya terletak pada desainnya yang unik dan menarik, tetapi juga pada penggunaan bahan yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Buket bunga kawat bulu merupakan contoh nyata dari inovasi produk yang berhasil menggabungkan estetika dengan keberlanjutan. Dengan menggunakan bahan yang dapat didaur ulang, seperti kawat dan bulu sintetis, produk ini menawarkan alternatif dekoratif yang lebih ramah lingkungan daripada bunga segar. Selain itu, produk ini memiliki keunggulan dari segi ketahanan yang jauh lebih lama, yang memungkinkan konsumen

untuk menikmati produk dekoratif tanpa perlu khawatir bunga cepat layu. Inovasi produk ini memberikan solusi bagi konsumen yang peduli dengan dampak lingkungan dan mencari produk yang tahan lama serta bernilai artistik tinggi.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian eksploratif, bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan pada produk buket bunga kawat bulu. Penelitian dilakukan di Kota Surabaya, Jawa Timur, tepatnya pada usaha mikro Blooming Bouquet yang dikelola langsung oleh peneliti sebagai pelaku usaha, sehingga pendekatan partisipatif diterapkan untuk memperoleh data secara otentik dalam konteks alami. Pengumpulan data dilakukan sejak Februari hingga Juni 2025 secara simultan dengan aktivitas usaha, mencakup perencanaan, pengembangan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi model bisnis.

Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha, serta data sekunder dari studi pustaka, jurnal ilmiah, dan dokumen bisnis relevan. Selain itu, observasi non-partisipatif terhadap aktivitas pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan *e-commerce* dilakukan untuk mendukung data empirik. Studi dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan konten promosi, foto produk, dan dokumen perencanaan bisnis. Teknik analisis data mengikuti model analisis interaktif Miles dan Huberman (1994), yang mencakup reduksi data, penyajian data secara naratif dan tematik, serta penarikan kesimpulan secara sistematis. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta teori dan studi sebelumnya guna meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Gambaran Umum Usaha Blooming Bouquet



Proyek Blooming Bouquet adalah inisiatif bisnis yang mengusung konsep kreatif sekaligus berkelanjutan, dikembangkan secara langsung oleh peneliti sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir dalam mata kuliah Perencanaan dan Pengembangan Bisnis (PBB) pada semester empat di Program Studi Administrasi Bisnis. Usaha ini mulai diinisiasi pada bulan Februari 2025 dan direncanakan berakhir pada bulan Juni 2025, dengan tujuan untuk menerapkan konsep model bisnis kreatif sekaligus mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam proses produksi dan pemasaran produk dekoratif.

Produk utama dari Blooming Bouquet adalah buket bunga dekoratif yang terbuat dari kawat dan bulu sintetis, dirancang dengan estetika artistik dan dapat disesuaikan tematik sesuai kebutuhan konsumen. Berbeda dari bunga segar, buket ini memiliki ketahanan jangka panjang dan tidak menimbulkan limbah organik dalam waktu singkat, sehingga lebih ramah lingkungan dan ekonomis.

## **B. Penerapan Model Bisnis Kreatif dan Berkelanjutan**

Model bisnis yang digunakan mengadopsi pendekatan Business Model Canvas (BMC), yang meliputi sembilan elemen utama. Hasil implementasi selama periode Februari–Juni 2025 menunjukkan bahwa:

1. *Value Proposition*: Produk yang ditawarkan bukan hanya dekoratif, tetapi juga memiliki nilai keberlanjutan, tahan lama, dan *customizable*, yang menjadikannya solusi estetika untuk segmen pasar yang sadar lingkungan.
2. *Customer Segments*: Konsumen utama adalah mahasiswa, remaja usia 17–25 tahun, serta pelaku UMKM yang membutuhkan dekorasi acara atau hadiah personal.
3. *Channels*: Penjualan dilakukan secara daring melalui media sosial Instagram dan TikTok, serta melalui sistem pemesanan langsung (*pre-order*).
4. *Customer Relationship*: Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui konten kreatif, interaksi aktif di media sosial, dan sistem *feedback* pelanggan pasca pembelian.
5. *Revenue Streams*: Sumber pendapatan berasal dari penjualan buket satuan, pesanan *custom*, serta *cu hampers* tematik.
6. *Key Activities*: Proses produksi, desain produk, promosi digital, dan distribusi.
7. *Key Resources*: Tim produksi (mahasiswa pelaksana), bahan baku (kawat, bulu sintetis, kain flanel), serta akun media sosial sebagai media promosi.
8. *Key Partnerships*: Beberapa mitra informal seperti toko bahan kerajinan lokal dan jasa ekspedisi digunakan untuk menunjang proses produksi dan pengiriman.
9. *Cost Structure*: Pengeluaran utama mencakup bahan baku, alat produksi, biaya promosi daring, dan ongkos kirim.

### C. Inovasi Produk dan Respons Pasar

Blooming Bouquet terus berinovasi dalam operasionalnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghadirkan pengalaman terbaik dalam setiap rangkaian bunga yang ditawarkan. Seiring dengan berkembangnya bisnis, berbagai inovasi telah diperkenalkan untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan.

Salah satu inovasi utama adalah variasi desain bertema, yang mencakup gaya romantis, minimalis, dan klasik. Ini sangat selaras dengan temuan Faiz et al. (2025) yang menyatakan bahwa "Buket tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga mencerminkan ekspresi seni melalui pemilihan warna, komposisi bentuk, dan teknik perangkaian yang beragam. Artinya, desain bertema yang diusung oleh Blooming Bouquet merefleksikan pemanfaatan prinsip seni rupa seperti komposisi, warna, tekstur, dan harmoni yang menjadikan buket sebagai karya seni fungsional dan emosional.

Dengan pilihan ini, pelanggan dapat menyesuaikan buket bunga sesuai dengan suasana dan preferensi mereka, menciptakan kesan yang lebih personal dan bermakna. Selain itu, Blooming Bouquet menyediakan layanan *custom bouquet* untuk berbagai acara spesial, seperti sidang, wisuda, ulang tahun, dan hari kasih sayang tertentu. Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk merancang buket yang sesuai dengan momen penting mereka, memberikan sentuhan unik yang tidak hanya indah tetapi juga penuh makna. Sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan, Blooming Bouquet juga mulai menggunakan kemasan ramah lingkungan, seperti *box* kardus, untuk mengurangi limbah plastik dan mendukung keberlanjutan. Saat ini, pendekatan ini bukan hanya memberikan nilai lebih bagi konsumen yang memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan, tetapi juga turut memperkuat identitas merek sebagai usaha yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Respons pasar terhadap inovasi-inovasi ini secara umum sangat positif. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengikut di media sosial, pesanan berulang dari pelanggan setia, serta berbagai testimoni yang menyatakan kepuasan terhadap estetika dan ketahanan produk. Dengan terus beradaptasi dan berinovasi, Blooming Bouquet berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dan menghadirkan keindahan dalam setiap rangkaian bunga yang dikirimkan kepada pelanggan.

### D. Tantangan dalam Implementasi

Tantangan utama dalam pelaksanaan bisnis ini meliputi:

1. Akses bahan baku berkelanjutan yang masih terbatas. Tantangan ini muncul terutama dalam menjaga konsistensi pasokan bulu sintesis yang ramah lingkungan. Ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan nilai keberlanjutan bisnis seringkali tidak stabil, sehingga dapat mempengaruhi kualitas dan kontinuitas produksi.

2. Edukasi pasar mengenai keberlanjutan produk, karena tidak semua konsumen langsung memahami atau tertarik dengan konsep keberlanjutan. Dengan demikian, dibutuhkan strategi komunikasi yang tersusun secara sistematis dan dijalankan secara efektif guna menyampaikan keunggulan produk serta menumbuhkan kesadaran konsumen akan pentingnya pola konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab.
3. Manajemen waktu dalam menjalankan bisnis dan kegiatan akademik, usaha ini dijalankan bersamaan dengan kewajiban akademik, sehingga pengaturan waktu menjadi tantangan tersendiri. Efektivitas operasional perlu ditingkatkan melalui pembagian peran dan tanggung jawab tim yang jelas agar proses bisnis tetap berjalan optimal tanpa mengganggu aktivitas utama lainnya.

### E. Analisis Keberhasilan Model Bisnis

Berdasarkan observasi dan evaluasi kinerja bisnis selama periode pelaksanaan, dapat disimpulkan bahwa penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan pada Blooming Bouquet telah berjalan cukup efektif. Meskipun berskala kecil dan masih dalam tahap eksperimen, usaha ini berhasil menunjukkan bahwa pendekatan bisnis yang mengedepankan nilai estetika, personalisasi, dan keberlanjutan memiliki potensi untuk diterima oleh pasar generasi muda.

Implementasi strategi kreatif yang selaras dengan nilai keberlanjutan juga memperkuat *positioning* produk sebagai alternatif dekoratif modern yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menyuarakan kepedulian terhadap lingkungan.

### Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan model bisnis kreatif dan berkelanjutan pada produk buket bunga kawat bulu yang dikembangkan oleh Blooming Bouquet terbukti mampu menjawab kebutuhan pasar akan produk dekoratif yang ramah lingkungan, estetis, dan tahan lama. Strategi inovatif dalam desain produk, pemanfaatan bahan ramah lingkungan seperti kawat dan bulu sintetis, serta pemanfaatan media digital sebagai kanal pemasaran telah menjadi kekuatan utama dalam menciptakan nilai tambah. Penerapan model ini juga menunjukkan potensi besar untuk diterima oleh pasar lokal, khususnya konsumen muda yang mulai memiliki kesadaran terhadap isu keberlanjutan. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap menghadapi tantangan, seperti keterbatasan akses bahan baku berkelanjutan, edukasi pasar mengenai pentingnya keberlanjutan, dan pengelolaan waktu dalam menjalankan usaha secara simultan dengan aktivitas akademik.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku usaha mengembangkan strategi jangka panjang melalui diversifikasi produk, kolaborasi dengan komunitas lingkungan, serta pemanfaatan media sosial yang lebih interaktif untuk meningkatkan edukasi

konsumen. Analisis SWOT juga dapat dimanfaatkan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bisnis, sedangkan eksplorasi bahan baku alternatif dapat menjadi solusi terhadap tantangan produksi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan model bisnis kreatif berkelanjutan di sektor produk dekoratif lainnya dan memberikan kontribusi terhadap penguatan praktik kewirausahaan ramah lingkungan di kalangan generasi muda.

### Daftar Pustaka

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2016). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(2), 252-271.
- Christensen, C. M. (2020). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Elmashhara, M. G., De Cicco, R., Silva, S. C., Hammerschmidt, M., & Silva, M. L. (2023). How gamifying AI shapes customer motivation, engagement, and purchase behavior. *Journal of Marketing*, 19(3), 219-12.
- Faiz, M., Azlianty, S., Tobing, Y. Z., & Sinaga, O. (2025). *Buket Sebagai Karya Seni. Realisasi: Ilmu Pendidikan, Seni Rupa dan Desain*, 2(2), 30-39.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The Future of Retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1-6.
- Halim, W. O., & Purwanegara, M. S. (2024). The Effect of Gamification toward Customer Engagement in Shopee E-Commerce. *International Journal of Current Science Research and Review*, 42(1), 1208-2024.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2016). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. *Computers in Human Behavior*, 57, 17-28.
- Jones, R., & Brown, T. (2021). Eco-Friendly Consumer Behavior and Sustainable Business Models. *Journal of Environmental Economics*, 15(3), 45-67.
- Kim, S., & Park, H. (2021). Effects of digital marketing innovation on customer loyalty: Evidence from e-commerce platforms in Indonesia. *Journal of Digital Commerce*, 22(4), 78-92.
- Malik, G., Pradhan, D., & Rup, B. K. (2025). Gamification and customer brand engagement: A review and future research agendas. *Marketing Intelligence & Planning*, 43(1), 210-239.
- McKinsey & Company. (2021). *Sustainability in Business: Strategies for Long-Term Growth*. McKinsey Insights.
- Rogers, E. M. (2019). *Diffusion of Innovations*. Free Press.

- 
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley.
- Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., & Pick, D. (2017). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 25(3), 253-272.
- Werbach, K., & Hunter, D. (2020). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Wharton School Press.
- Xu, Y., & Liu, W. (2022). The effects of gamification on user engagement in financial applications: A systematic review. *Journal of Financial Technology*, 18(2), 45-67.