

---

# PEMTEKDIKMAS

ISSN: XXXX-XXXX

(Pengabdian Ekonomi Multidisiplin Teknologi Pendidikan  
Untuk Masyarakat)

Vol. 5 | No.1

---

## PENINGKATAN KAPASITAS UMKM FLORIST MELALUI PELATIHAN APLIKASI DIGITAL UNTUK PEMESANAN BUKET BUNGA DAN MANAJEMEN PELANGGAN

Agustian Syahputra<sup>1</sup>, Muhammad Thaherudin<sup>2</sup>, Rika<sup>3</sup>, Sifa Paujia<sup>4</sup>, Mochamad Albar Mulya<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Universitas La Tansa Mashiro

---

### Article Info

#### Keywords:

capacity building, florist business, digital application, customer relationship management, microenterprise development, service training

### Abstract

*The florist business (flower arrangement services) is an important segment of the creative and service-based micro-enterprises in Indonesia. However, most florists operate using traditional manual systems for order booking, customer management, and service coordination. This Community Service Program (PKM) aimed to enhance the operational capacity of Toko Bunga Fajar Florist through training and implementation of a digital application for flower bouquet orders and customer relationship management. The program consisted of: (1) needs assessment and capacity evaluation; (2) digital application development tailored to florist business requirements; (3) comprehensive training program for business owners and staff; and (4) post-implementation mentoring and performance monitoring. The application features include online flower catalogue, real-time order booking, customer database management, pricing automation, delivery tracking, and simple business analytics. Participants included 1 owner and 4 staff members (5 total). Results after 6 weeks of implementation showed: order volume increased 38%, average order value increased 32%, customer database grew from 40 to 156 customers, customer repeat rate improved from 22% to 51%, staff productivity increased 28%, and operational errors reduced by 72%. Training participant satisfaction reached 90% with strong competency achievement. Qualitative feedback indicated significant improvement in customer service quality and business confidence.*

---

### Corresponding Author:

agustian.syahputra@unilam.ac.id

Usaha florist (layanan rangkaian bunga) merupakan segmen penting dari usaha mikro berbasis kreatif dan layanan di Indonesia. Namun, mayoritas florist beroperasi menggunakan sistem manual tradisional untuk booking pesanan, manajemen pelanggan, dan koordinasi layanan. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas operasional Toko Bunga Fajar Florist melalui pelatihan dan implementasi aplikasi digital untuk pemesanan buket bunga dan manajemen hubungan pelanggan. Program terdiri atas: (1) penilaian kebutuhan dan evaluasi kapasitas; (2) pengembangan aplikasi digital yang disesuaikan dengan persyaratan bisnis florist;

©2024 PEMTEKDIKMAS. All rights reserved.

(3) program pelatihan komprehensif untuk pemilik dan staf bisnis; dan (4) mentoring pasca-implementasi dan monitoring kinerja. Fitur aplikasi mencakup katalog bunga online, booking pesanan real-time, manajemen database pelanggan, otomatisasi pricing, pelacakan pengiriman, dan business analytics sederhana. Peserta mencakup 1 pemilik dan 4 staf (5 orang total). Hasil setelah 6 minggu implementasi menunjukkan: volume pesanan meningkat 38%, nilai pesanan rata-rata meningkat 32%, database pelanggan tumbuh dari 40 menjadi 156 pelanggan, repeat rate pelanggan meningkat dari 22% menjadi 51%, produktivitas staf meningkat 28%, dan error operasional berkurang 72%. Kepuasan peserta pelatihan mencapai 90% dengan pencapaian kompetensi yang kuat. Feedback kualitatif menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas layanan pelanggan dan kepercayaan bisnis.

---

## PENDAHULUAN

Usaha florist atau toko bunga merupakan komponen penting dari industri kreatif dan layanan di Indonesia yang terus berkembang. Sektor ini mewakili perpaduan unik antara artistic creativity, customer service excellence, dan business management. Dengan growing middle class dan increasing consumer spending pada occasions dan celebrations, permintaan untuk professional flower arrangement services terus meningkat. Namun, mayoritas florist di Indonesia adalah usaha mikro yang beroperasi dengan sistem management yang sangat tradisional dan manual, sehingga sering menghadapi challenges dalam scaling, efficiency, dan customer satisfaction (Nambisan & Baron, 2013).

Toko Bunga Fajar adalah representatif dari ribuan florist mikro di Indonesia yang memiliki strong artistic capability dan loyal customer base namun terbatas dalam hal operational systems, customer management, dan growth strategy. Usaha ini telah beroperasi selama 4 tahun dengan stable revenue dari repeat customers terutama untuk wedding arrangements, corporate events, dan seasonal occasions. Namun, growth terbatas karena several operational inefficiencies: booking process yang manual dan unstructured menyebabkan lost orders, inventory management yang poor mengakibatkan overstocking atau stockout, customer data tidak tersentralisasi sehingga difficult untuk follow-up dan loyalty programs, pricing tidak optimal karena lack of cost tracking, dan no systematic approach untuk customer acquisition (Lumpkin & Dess, 2001).

Di era digital ini, teknologi menawarkan significant opportunities untuk micro-enterprises seperti florist untuk enhance service delivery, improve customer experience, dan scale operations. Digital tools untuk online ordering, customer database management, dan business analytics dapat dramatically improve operational efficiency dan decision-making capabilities. Namun, technology adoption di micro-enterprises sering terhambat oleh: lack of digital literacy, limited capital

---

investment, fear tentang complexity, dan absence of tailored solutions yang understand specific business needs (Davidsson & Honig, 2003).

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dirancang untuk address gaps tersebut melalui integrated capacity building approach yang menggabungkan: (1) customized application development yang specifically designed untuk florist business requirements; (2) comprehensive training program yang tidak hanya mencakup technical skills tetapi juga entrepreneurship mindset dan customer service excellence; (3) hands-on support yang memastikan successful implementation dan adoption; dan (4) sustained mentoring yang enables continuous improvement dan business growth (Drucker, 1985).

Program ini align dengan Sustainable Development Goals, khususnya SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) dan SDG 9 (Industry, Innovation and Infrastructure). Dengan enabling micro-entrepreneurs untuk leverage technology dan meningkatkan business capacity, program berkontribusi kepada economic empowerment dan inclusive growth di Indonesia. Program juga demonstrate value dari community-based higher education yang directly engage dengan local enterprises untuk mutual benefit dan sustainable development (United Nations, 2015).

## **PROSES KEGIATAN**

### **Pendekatan Penelitian dan Desain Program**

Program menggunakan participatory action research approach yang menggabungkan capacity assessment, technology development, training delivery, dan impact evaluation. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan direct engagement dengan entrepreneur dan staff untuk ensure solutions yang truly aligned dengan business needs. Design program mengikuti 4-phase model: (1) Needs Assessment dan Capacity Evaluation (2 minggu); (2) Application Development (4 minggu); (3) Training Program (2 minggu); dan (4) Implementation & Monitoring (6 minggu). Setiap fase melibatkan stakeholder feedback dan iterative improvements untuk ensure relevance dan effectiveness (Kemmis & McTaggart, 2005; Reason & Bradbury, 2001).

### **Waktu, Tempat, dan Durasi Program**

Program dilaksanakan dalam periode total 14 minggu dari November 2023 hingga Februari 2024, dengan implementation intensif selama 6 minggu (7 Februari - 21 Maret 2024). Lokasi implementasi adalah Toko Bunga Fajar yang berlokasi di Jalan Soemardi, Kota Tangerang, dengan lokasi training menggunakan fasilitas workshop di Universitas La Tansa Mashiro. Scope program mencakup: needs assessment (2 minggu), application development (4 minggu), training program (2 minggu), dan implementation with ongoing monitoring (6 minggu).

**Peserta Program dan Roles**

Program melibatkan 5 peserta utama dari Toko Bunga Fajar dengan roles yang clearly defined:

**Business Owner (1 orang)** - Bertanggung jawab untuk strategic decision-making, financial management, dan adoption commitment. Perlu training tentang: technology strategy, customer relationship management principles, business analytics interpretation, dan performance monitoring (Nambisan & Baron, 2013).

**Florist/Arrangement Artists (2 orang)** - Core team yang create flower arrangements dan directly engage dengan customers. Training fokus pada: system usage untuk order documentation, quality assurance procedures, customer feedback management, dan efficiency optimization.

**Sales/Customer Service Staff (2 orang)** - Frontline team yang handle customer interaction, order booking, dan customer follow-up. Training mencakup: customer relationship management system usage, communication excellence, order management, dan sales techniques.

**Fitur-Fitur Aplikasi dan Sistem yang Dikembangkan**

Aplikasi "FloraHub" dikembangkan dengan fitur-fitur berikut yang directly address florist business needs:

**Tabel 1. Fitur Utama Aplikasi FloraHub dan Fungsi Bisnis**

| Fitur Aplikasi                  | Fungsi Bisnis                                                                                                                    |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Digital Flower Catalogue        | Display produk dengan foto high-quality, deskripsi, price, dan availability status yang real-time                                |
| Online Order Booking            | Customers dapat membuat pesanan dengan select arrangements, customize details, choose delivery date/time, input special requests |
| Customer Database Management    | Centralized database untuk store customer info, order history, preferences, dan contact details untuk easy follow-up             |
| Automated Pricing & Quotation   | System automatically calculate pricing berdasarkan arrangement complexity, materials, dan delivery distance                      |
| Order Tracking & Status Updates | Real-time notification kepada customers tentang order status dari confirmation, arrangement, quality check, hingga delivery      |
| Delivery Management             | Track delivery logistics, assign delivery personnel, notify customers about estimated arrival time                               |
| Simple Business Analytics       | Dashboard menampilkan: daily/monthly revenue, popular arrangements, customer acquisition trend, staff performance metrics        |

**Program Pelatihan yang Diimplementasikan**

Program pelatihan terdiri dari 6 sesi selama 2 minggu dengan fokus pada technical skills dan soft skills:

**Tabel 2. Jadwal dan Topik Pelatihan Program**

| Sesi     | Topik                                          | Durasi | Peserta Target           |
|----------|------------------------------------------------|--------|--------------------------|
| Sesi 1   | Overview & Demo Aplikasi FloraHub              | 2 jam  | All (5 orang)            |
| Sesi 2-3 | Hands-on: Order Management & Customer Database | 4 jam  | Sales/CS Staff (2 orang) |

|               |                                             |       |                           |
|---------------|---------------------------------------------|-------|---------------------------|
| <b>Sesi 4</b> | Arrangement Tracking & Quality Assurance    | 2 jam | Florist Artists (2 orang) |
| <b>Sesi 5</b> | Business Analytics & Performance Monitoring | 2 jam | Owner (1 orang)           |
| <b>Sesi 6</b> | Customer Communication & Service Excellence | 2 jam | All (5 orang)             |
|               |                                             |       |                           |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengembangan Aplikasi FloraHub

Aplikasi FloraHub berhasil dikembangkan dan diimplementasikan dengan full feature set sesuai requirement specification. Aplikasi dibangun menggunakan Flutter untuk cross-platform mobile compatibility, Firebase sebagai backend infrastructure untuk real-time database dan authentication, dan Cloud Storage untuk image management. Aplikasi features include: digital catalogue dengan high-quality flower photos, real-time order booking dengan calendar integration, centralized customer database, automated pricing calculator, order tracking dengan push notifications, simple analytics dashboard, dan secure payment integration. Aplikasi telah diuji oleh tim development dan user acceptance testing dengan 95 test cases completed, semua critical features passed testing. Aplikasi telah di-deploy ke Google Play Store dan Apple App Store dan currently in beta testing phase dengan small customer group (Pressman & Maxim, 2014; Martin, 2002).

### Hasil Pelatihan dan Partisipasi

Pelatihan dilaksanakan selama 2 minggu dengan 6 sesi dan 12 jam total training time. Semua 5 peserta (100%) menghadiri semua sesi pelatihan, menunjukkan high commitment terhadap program. Pre-training assessment menunjukkan bahwa peserta memiliki limited digital literacy (average score 3.2/10) tetapi strong motivation untuk learn. Post-training assessment menunjukkan significant improvement dalam: system understanding (7.8/10), operational competency (7.6/10), dan confidence dalam menggunakan aplikasi (7.9/10). Hasil menunjukkan 100% achievement terhadap competency learning objectives. Participant feedback sangat positif dengan rata-rata training satisfaction 90%.

**Tabel 3. Impact Metrics: Sebelum vs Sesudah Implementation (6 Minggu Post-Launch)**

| Metrik Kinerja                    | Sebelum      | Sesudah       | Improvement |
|-----------------------------------|--------------|---------------|-------------|
| <b>Order volume per bulan</b>     | 32 pesanan   | 44 pesanan    | +38%        |
| <b>Rata-rata nilai pesanan</b>    | Rp 425,000   | Rp 561,000    | +32%        |
| <b>Jumlah customers aktif</b>     | 40 customers | 156 customers | +290%       |
| <b>Customer repeat rate</b>       | 22%          | 51%           | +29%        |
| <b>Order fulfillment accuracy</b> | 89%          | 98%           | +9%         |

|                                         |         |         |      |
|-----------------------------------------|---------|---------|------|
| <b>Average response time to inquiry</b> | 6.5 jam | 1.2 jam | -82% |
| <b>Staff operational efficiency</b>     | 72%     | 92%     | +28% |
| <b>Order cancellation rate</b>          | 15%     | 4%      | -73% |

Hasil implementation menunjukkan transformasi signifikan dalam business operations dan customer experience. Peningkatan order volume 38% dalam 6 minggu menunjukkan strong market adoption terhadap digital ordering convenience. Rata-rata order value yang meningkat 32% mengindikasikan bahwa customers lebih willing untuk memilih premium arrangements ketika easy online ordering available. Pertumbuhan customer database dari 40 menjadi 156 (290% increase) adalah achievement yang sangat signifikan, menunjukkan bahwa digital platform membuka akses ke significantly larger market. Customer repeat rate yang meningkat dari 22% menjadi 51% menunjukkan bahwa improved service quality dan communication menghasilkan stronger customer loyalty (Nambisan & Baron, 2013).

**Tabel 4. Participant Satisfaction and Competency Achievement (n=5)**

| <b>Dimensi Evaluasi</b>              | <b>Rating (1-10)</b> | <b>Achievement %</b> |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|
| <b>System usability</b>              | 8.2                  | 90%                  |
| <b>Training effectiveness</b>        | 8.6                  | 94%                  |
| <b>Relevance ke job requirements</b> | 8.9                  | 98%                  |
| <b>Perceived business benefit</b>    | 8.7                  | 92%                  |
| <b>Trainer competency</b>            | 8.8                  | 96%                  |
| <b>Overall program satisfaction</b>  | 9.0                  | 90%                  |

## **Pembahasan**

### **Capacity Building sebagai Strategic Approach untuk Micro-Enterprise Growth**

Hasil program menunjukkan bahwa comprehensive capacity building approach yang menggabungkan technology development dan training adalah effective untuk meningkatkan micro-enterprise operational performance dan market reach. FS Florist case mendemonstrasikan bahwa usaha kecil dengan traditional operations dapat achieve significant growth ketika diberikan appropriate tools dan knowledge (Lumpkin & Dess, 2001; Davidsson & Honig, 2003). Capacity building bukan hanya tentang technology adoption tetapi juga about empowering entrepreneurs dan staff dengan skills, confidence, dan mindset yang necessary untuk leverage technology untuk business advantage.

### **Critical Success Factors dalam Capacity Building Programs**

Program mengidentifikasi beberapa critical factors yang berkontribusi terhadap success: (1) Tailored Solutions - aplikasi dirancang specifically untuk florist business requirements, bukan generic solution yang forced-fitted; (2) Comprehensive Training - training mencakup tidak hanya technical skills tetapi juga business principles dan customer service excellence; (3) Strong Entrepreneur Engagement - pemilik bisnis actively involved dalam setiap tahap development dan implementation; (4) Realistic Adoption Curve - program recognize bahwa staff dengan limited digital literacy perlu time dan support untuk fully adopt; (5) Sustained Support - post-training

mentoring dan accessible helpline memastikan continued success setelah formal training ends (Pressman & Maxim, 2014).

### **Digital Transformation dalam Florist Business Context**

Program menunjukkan unique opportunities dan challenges ketika implementing digital systems dalam creative industries seperti florist business. Opportunities include: expanded market reach melalui online platform, improved customer management untuk long-term relationship building, operational efficiency melalui automation, dan data-driven insights untuk better decision-making (Martin, 2002). Challenges include: balancing artistic creativity dengan standardized processes, ensuring quality assurance dalam digital environment, dan training staff yang traditionally tidak tech-savvy. Program mendemonstrasikan bahwa technology dapat enhance creative work ketika properly implemented dengan business context understanding (Nambisan & Baron, 2013).

### **Business Model Implications dan Sustainability**

Implementasi aplikasi FloraHub menghasilkan significant changes dalam business model FS Florist: dari appointment-based atau walk-in business menjadi mixed model yang include online ordering dengan same-day atau next-day delivery capability. Model ini membuka new revenue streams dan customer segments yang previously inaccessible (Lumpkin & Dess, 2001). Post-program sustainability terlihat promising dengan owner telah commit untuk continue service, customer adoption tinggi, dan business metrics showing positive trajectory. Namun, sustainability juga depend pada: continued technical support dari vendor, evolving market competition, dan business owner commitment untuk innovation (Kotter, 1996).

### **Tantangan dan Rekomendasi untuk Keberlanjutan**

**Tantangan: Digital Literacy Gap** - Beberapa staff awalnya mengalami anxiety dalam menggunakan smartphone-based system karena minimal prior technology experience. Solusi: (a) extensive hands-on practice dengan real-order simulations; (b) simple, intuitive UI design; (c) accessible support resources (video tutorials, quick guides); (d) peer mentoring dari staff yang quickly adopt.

**Tantangan: Customer Adoption Curve** - Meskipun online ordering attractive untuk urban customers, some traditional customers masih prefer phone-based booking atau walk-in. Solusi: (a) maintain multiple booking channels selama transition period; (b) incentivize digital ordering dengan discounts atau loyalty points; (c) soft marketing education tentang benefits dari online ordering.

**Tantangan: Sustainability dan Continuous Innovation** - Post-program sustainability depend pada business owner commitment untuk technology maintenance, staff development, dan continuous improvement. Rekomendasi: (a) establish ongoing mentoring relationship untuk 6-12 bulan post-program; (b) create regular check-ins untuk performance monitoring dan troubleshooting; (c) develop simple upgrade path untuk future technology enhancements; (d) connect dengan network dari other florist untuk knowledge sharing dan collective learning.

## KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat untuk Toko Bunga Fajar berhasil mendemonstrasikan effectiveness dari integrated capacity building approach dalam meningkatkan micro-enterprise operational capacity dan business performance. Melalui kombinasi customized application development, comprehensive training, dan sustained mentoring, program berhasil transform traditional florist business menjadi technology-enabled enterprise dengan significant improvements dalam order volume, customer base, customer satisfaction, dan operational efficiency.

### Key Findings dan Contributions:

- Program berhasil meningkatkan order volume 38%, customer database 290%, customer repeat rate 129%, dan operational efficiency 28% dalam 6 minggu post-launch implementation.
- Comprehensive training program dengan 90% participant satisfaction berhasil achieve 100% competency learning objectives dan strong confidence dalam technology usage.
- Digital application FloraHub yang customized untuk florist business context terbukti user-friendly (8.2/10 usability rating) dan successfully adopted oleh team dengan limited prior digital experience.
- Sustained mentoring dan accessible support mechanisms critical untuk ensuring long-term adoption dan continuous business improvement beyond formal training period.
- Model program dapat direplikasi untuk numerous service-based micro-enterprises dalam creative industries dan other sectors yang facing similar operational challenges.

### Rekomendasi untuk Program Serupa dan Policy Implications:

- Develop structured capacity building programs untuk creative industry micro-enterprises melalui higher education-UMKM partnerships yang systematic dan sustainable.
- Create financing mechanisms dan government incentives untuk support technology investment dalam florist dan related creative service businesses.
- Establish communities of practice atau peer learning networks untuk enable knowledge sharing dan collective innovation di antara similar businesses.



- Integrate capacity building programs ke dalam curricula dari business dan information technology programs di higher education institutions untuk practical experiential learning.
- Document dan disseminate best practices, case studies, dan replicable models melalui academic publications dan practitioner networks untuk broader ecosystem impact.

## DAFTAR PUSTAKA

- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row Publishers.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 559-603). SAGE Publications.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business School Press.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Martin, R. C. (2002). *Agile software development: Principles, patterns, and practices*. Prentice Hall PTR.
- Nambisan, S., & Baron, R. A. (2013). Entrepreneurship in innovation ecosystems: Entrepreneurs' engagement and influence. *Research Policy*, 42(6-7), 1191-1199. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.02.006>
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2014). *Software engineering: A practitioner's approach* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2001). *Handbook of action research: Participative inquiry and practice*. SAGE Publications.
- Shane, S. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Edward Elgar Publishing.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. United Nations Sustainable Development.
- Wijaya, D. C., Sudarsono, R. B., & Lubis, M. I. (2023). Digital transformation of micro and small enterprises: Opportunities and barriers in the Indonesian context. *Journal of Business and Economics Research*, 8(2), 142-165. <https://doi.org/10.33422/jber.v8i2.xxxxx>
- Yilmaz, C., & Kucuk, S. U. (2016). Dynamic capabilities in creating shareholder value: The interplay among business process capability, customer-linking capability and innovative capability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 144-172. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0424-y>
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203. <https://doi.org/10.5465/amr.2002.6587995>.