

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Tren pemberian hadiah terus berkembang seiring dengan perubahan preferensi konsumen, penelitian dari IBM dan National Retail Federation (Cullen, 2019) menemukan bahwa 55% generasi Z tertarik untuk memberikan hadiah yang unik dan sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tren 2025 saat ini adalah personalisasi.

Tren personalisasi ini terus berkembang dan menjadi aspek penting dalam industri gifting. Lebih lanjut (Kumar, 2025) menyatakan bahwa barang-barang seperti *custom* perhiasan, *custom casing* hp, dsb menjadi pilihan utama Gen Z, karena selera Gen Z saat ini yang memilih barang dengan *storytelling* yang kuat dibanding barang mewah yang umum. Selain Gen Z, target sekunder yang dipilih ialah gen milenial karena (Price, 2018) melaporkan bahwa 72% dari generasi milenial lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman daripada barang fisik. Hal ini menunjukkan bahwa *gift-giving* tidak hanya sekadar memberikan barang, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan emosional dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Industri ini menargetkan sisi emosional manusia, di mana banyak orang rela mengeluarkan uang demi menyenangkan orang-orang terdekat mereka.

Saat ini dalam industri *gift and souvenir* sudah ada beberapa usaha yang menerapkan sistem *gift box* untuk pelanggan yang kebingungan dalam memberi hadiah, hal ini terbukti dari hasil observasi *e-commerce* yang dilakukan penulis dan tim. Jenis barang yang disediakan juga bervariasi dengan isi yang dapat di-*custom*. Namun dari *brand-brand* yang menyediakan solusi tersebut, belum ada yang memanfaatkan *personality quiz* atau *zodiac* agar *gift box* yang dihasilkan lebih dipersonalisasi. Oleh karena itu Box of you memanfaatkan dengan pendekatan

personalisasi, pelanggan tidak hanya mendapatkan hadiah yang sesuai, tetapi juga merasakan pengalaman baru yang lebih menarik dalam proses pemilihannya.

Melihat adanya potensi dalam bidang *gift and souvenir* menjadi alasan utama penulis dan tim untuk mengajukan ide bisnis dalam program MBKM kewirausahaan. Namun, melihat kurang adanya *brand gifting* yang menggunakan sistem personalisasi mendalam. Hal ini menjadi tujuan Box of You untuk memberikan hadiah yang berkesan, personalisasi, dan pengalaman yang berbeda dari *brand gifting* yang ada sebelumnya.

Selain menghadirkan pengalaman unik bagi pelanggan, bisnis ini diharapkan dapat bersaing di industri kreatif dan menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari hadiah bermakna dan personal. Untuk bersaing di pasar, memerlukan tingkat *awareness* yang baik agar sama dengan *level competitor*. Karena tingkat *awareness* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk suatu *brand*, adanya rasa percaya dan pembangunan hubungan membuat konsumen merasa aman untuk bertransaksi dan berpotensi untuk transaksi berikutnya. Oleh karena itu, pentingnya membuat kampanye promosi yang efektif untuk mendapatkan *awareness* bagi Box of You, agar dapat bersaing dengan *brand* yang sudah berdiri lebih awal dan sudah memiliki tingkat *awareness* yang tinggi.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang diangkat dapat dirumuskan sebagai berikut,

1. Banyak *brand gifting* yang memanfaatkan sistem kustomisasi, namun belum ada yang memanfaatkan kepribadian sebagai pengalaman unik dalam sistem memilih hadiah.
2. Belum adanya *awareness* untuk *brand* Box of You.

Dari masalah-masalah tersebut, dapat dirumuskan menjadi pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimana perancangan kampanye promosi untuk bisnis Box of You berbasis personalisasi yang memberikan pengalaman unik melalui fitur seleksi dengan *personality quiz*?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

1.3.1 Demografis

1. Primer

- a. Usia : 20-28 tahun (Gen Z)
- b. Jenis kelamin : Pria dan wanita
- c. Status ekonomi : Kelas menengah ke atas (A-B)

2. Sekunder

- a. Usia : 29-35 tahun (milenial)
- b. Jenis kelamin : Pria dan wanita
- c. Status ekonomi : Kelas menengah ke atas (A-B)

1.3.2 Geografis

Perkotaan besar di Indonesia seperti Jabodetabek. Kota-kota ini memiliki populasi Gen Z dan milenial dengan daya beli yang lebih baik, serta kesadaran terhadap produk lokal yang lebih besar dibandingkan wilayah lainnya. Mereka juga lebih terbuka terhadap tren personalisasi dalam pemberian hadiah.

1.3.3 Psikografis

1. Gaya hidup: Menyukai ide pemberian hadiah yang unik, eksklusif, dan berkesan.
2. Kepribadian: Individu yang menghargai personalisasi dan sentuhan emosional dalam hadiah.
3. Minat: *Zodiac*, kepribadian, dan tren populer.

1.3.4 Batasan Proyek

Proyek ini akan berfokus pada perancangan kampanye promosi untuk Box of You dengan pendekatan interaktif yang mengutamakan

engagement target pasar Gen Z. Ruang lingkup mencakup pembuatan konsep kampanye berbasis *personality quiz*, strategi pemasaran digital melalui media sosial, serta desain materi promosi seperti konten visual dan *copywriting*. Proyek ini tidak mencakup aspek operasional bisnis, pengembangan produk baru, atau perubahan dalam sistem *personality quiz* yang sudah ada, melainkan berfokus pada bagaimana mengkomunikasikan nilai unik Box of You secara efektif kepada calon pelanggan.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan dari MBKM kewirausahaan ini adalah untuk membuat kampanye promosi untuk *brand* Box of You dan memperkenalkan sistem memilih kado yang lebih personalisasi.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil program MBKM Cluster Kewirausahaan ini. Manfaat bisa berdampak:

1. Bagi Penulis, ide bisnis ini diharapkan menjadi sarana penulis untuk mengembangkan atau mengasah ilmu merancang strategi kampanye promosi selama perkuliahan dan memahami lebih mendalam mengenai tren dalam pasar *gifting*.
2. Bagi Orang Lain, ide bisnis ini diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk memahami pentingnya personalisasi dalam pasar *gifting*.
3. Bagi Universitas, ide bisnis ini diharapkan mampu berkontribusi dalam bidang pendidikan mengenai ilmu strategi perancangan kampanye promosi untuk tren pasar *gifting*.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kewirausahaan dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dalam merintis dan mengembangkan ide bisnis. Dalam program ini, mahasiswa diberikan waktu 640 jam kerja untuk pengembangan bisnis bersama *supervisor* dari Skystar Ventures dan 207 jam kerja untuk penyusunan laporan bersama *advisor* (dosen

pembimbing). Program ini mencakup berbagai kegiatan, mulai dari *workshop*, konsultasi dengan mentor, hingga evaluasi dan sidang akhir.

Proses pembelajaran dan pengembangan bisnis mahasiswa dan tim mengikuti berbagai kegiatan yang bertujuan membentuk pola pikir kewirausahaan dan mempercepat proses validasi ide bisnis. Beberapa prosedur dalam program MBKM ini meliputi:

1. Pada tanggal 1 November 2024, penulis menghadiri sosialisasi MBKM untuk mendapatkan pengelanaan program, manfaat, aturan dari berbagai program MBKM. Kemudian Penulis dan tim merasa tertarik dengan program MBKM kewirausahaan, namun sebelum itu penulis dan tim diberi waktu untuk memantapkan keputusan untuk mengikuti program MBKM kewirausahaan atau tidak.
2. Pada tanggal 5 Desember 2024, merupakan batas akhir pengumpulan form pendaftaran kelompok untuk MBKM kewirausahaan.
3. Pada tanggal 8 Januari 2025, penulis dan tim mendapat kabar bahwa Box of You lolos seleksi untuk mengikuti program MBKM kewirausahaan.
4. Pada tanggal 3 Februari 2025, penulis dan tim menghadiri workshop pertama bertema “*Entrepreneurship Mindset*”, mengajarkan tentang pengembangan pola pikir kewirausahaan, penjelasan sistematika, dan roadmap MBKM kewirausahaan.
5. Pada tanggal 10 Februari 2025, penulis dan tim menghadiri workshop kedua bertema “*Teamwork and Leadership*”, mengajarkan tentang kerja tim dan kepemimpinan dalam konteks kewirausahaan. Seterusnya penulis dan tim mengikuti berbagai workshop yang disediakan program ini meliputi “*Root Cause Analysis*”, “*Customer Development*”, “*Business Model Canvas*”.
6. Selain *workshop*, mahasiswa diberikan tugas asinkron untuk memperdalam materi yang telah diberikan. Penulis dan tim juga

berkonsultasi dengan mentor berpengalaman di bidang bisnis guna memperoleh arahan strategis dalam pengembangan usaha.

7. Penulis dan tim bertanggung jawab untuk mengembangkan ide bisnis secara serius hingga tahap penjualan jika berbentuk produk. Sementara itu, ide bisnis berbasis jasa atau aplikasi dikembangkan hingga tahap *prototyping*.

Bimbingan dan Evaluasi agar program berjalan sesuai *timeline*, mahasiswa diwajibkan mengikuti sesi bimbingan minimal 8 kali dengan *supervisor*, 4 kali *advisor*, dan 6 kali *dedicated* mentor. Selain itu, dilakukan evaluasi berkala untuk menilai perkembangan bisnis:

1. Evaluasi 1 (UTS) : Pada tanggal 24 Maret 2025, evaluasi tahap awal dilakukan untuk mengukur sejauh mana ide bisnis telah divalidasi dan dikembangkan. Dilanjutkan dengan sesi *pitching* pertama pada tanggal 25-26 Maret 2025. Box of You mendapati sesi *pitching* pada hari pertama yaitu 25 Maret 2025.
2. Evaluasi 2 (UAS) : Pada tanggal 4-5 Juni 2025, penulis dan tim diwajibkan menunjukkan progres nyata dari bisnis mereka lewat *exhibition demo day*, baik dalam bentuk produk yang sudah dijual maupun prototipe layanan *website* untuk diuji coba. Dilanjutkan dengan sesi *pitching* kedua yang terbuka untuk umum, Box of You mendapat sesi *pitching* pada tanggal 4 Juni 2025.

Sidang akhir dan kelulusan sebagai tahap akhir, pada tanggal 12-13 Juni 2025 penulis dan tim akan mengikuti sidang presentasi untuk mempertanggungjawabkan hasil kerja kami. Penulis dan tim mendapatkan jadwal yang sama yaitu pada tanggal 12 juni 2025 untuk mengikuti sidang dan setiap anggota tim akan mempresentasikan hasil kerja berdasarkan *job desk* masing-masing. Hasil dari sidang ini akan menentukan kelulusan mahasiswa dalam program MBKM kewirausahaan.