

## BAB II

### PEMBENTUKAN IDE BISNIS

#### 2.1 Validasi Ide Bisnis

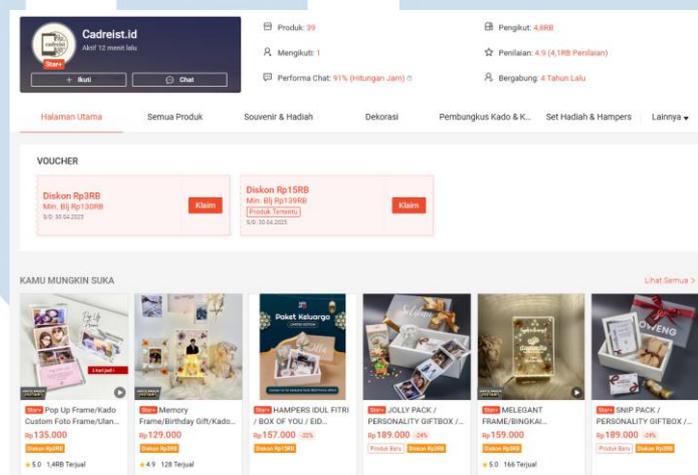
Sebelum mendaftarkan diri dalam program MBKM Kewirausahaan. Penulis bersama tim melakukan *meeting* secara tatap muka untuk membahas ide bisnis yang akan diajukan dalam form pendaftaran. Validasi ide bisnis dimulai dari *brainstorming* bersama, membagi pengalaman pribadi masing masing, dan berdiskusi mengenai potensi yang ada dalam beberapa calon ide bisnis tim kami.

##### 2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Awal mula mencari calon-calon ide bisnis yang ingin penulis dengan tim kembangkan melewati pendiskusian yang panjang. Kami masing-masing diberi waktu untuk memikirkan kembali beberapa calon ide bisnis yang ingin diajukan sebelum *deadline* pengumpulan form. Penulis dan tim merencanakan selama 1 hari ke *café* untuk mengadakan pendiskusian bersama mengenai beberapa ide bisnis. Penulis mengajukan ide bisnis berupa jasa lewat aplikasi yang bertujuan untuk membantu pengendara mobil yang mogok di tengah jalan. Namun ide ini kurang disetujui oleh tim karena kerumitan untuk dimonetisasi. Anggota tim lain juga memberikan ide-ide bisnis lain seperti jasa desain, jasa baju. Namun, pada akhirnya perbincangan kami tertuju pada ide bisnis Box of You. Ada pertimbangan besar mengapa seluruh anggota tim setuju dengan membangun bisnis dibidang *gift & souvenir*.

Pertama, dikarenakan salah satu anggota tim penulis merupakan *owner* dari bisnis Cadreist yang merupakan *brand* di bidang *gift & souvenir*. Berdasarkan pengalaman anggota tim penulis, membuktikan bahwa *demand* dari bidang ini cukup tinggi, dan bisnis ini menyelesaikan masalah mereka yang kesulitan cari kado di hari *special* mereka. Kedua, mudah untuk dimonetisasikan. Hal yang cukup krusial dan penting dalam membangun sebuah bisnis dalam tim penulis adalah monetisasi. Penulis dan tim percaya bahwa

salah satu faktor untuk bisnis yang sukses atau yang dapat *survive* dalam waktu yang lama adalah tahap monetisasi yang jelas dari sebuah bisnis. Oleh karena itu dengan mudah penulis dan tim setuju untuk memilih ide bisnis ini sebagai yang utama. Ketiga, perayaan besar sangat beragam di Indonesia. Tidak hanya ulang tahun, tetapi banyak perayaan yang memerlukan kita untuk memberi hadiah pada orang lain, demi membangun hubungan sosial yang baik. Sebagai contoh, natal, lebaran, hari ibu, hari wisuda, *anniversary*, *grand opening* dari suatu bisnis, hari lahiran, dsb.



Gambar 2.1 Bisnis Cadreist  
Sumber: Akun Shopee Cadreist (2025)

Program MBKM kewirausahaan menginginkan ide bisnis yang berbasis ICT, Oleh karena itu, setelah melakukan riset pasar lewat *secondary research*. Penulis dengan tim mengembangkan ide untuk memanfaatkan tren lewat media sosial, yakni tren *personality types*. Banyak pengguna medsos yang suka untuk membagikan hasil *personality quiz* lewat *story* Instagram. Hal ini jikalau melihat dari segi pandang AISAS, mendorong user untuk ke tahap share karena ketertarikan mereka untuk membagikan fakta tentang diri mereka ke pengikut medsos mereka.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.2 Tren Membagikan Hasil *Personality Quiz*  
 Sumber: Story Instagram michi.vy (2025)

Selain itu, banyak konten Instagram mengenai POV (*point of view*) dari *personality type* tertentu saat dalam situasi tertentu, sebagai contoh “yang dilakukan INFJ saat makanannya diambil, dsb”. Maka, dapat disimpulkan bahwa Gen Z maupun Gen Millennial akhir menyukai hal-hal yang personal atau memiliki nilai yang menggambarkan diri mereka.



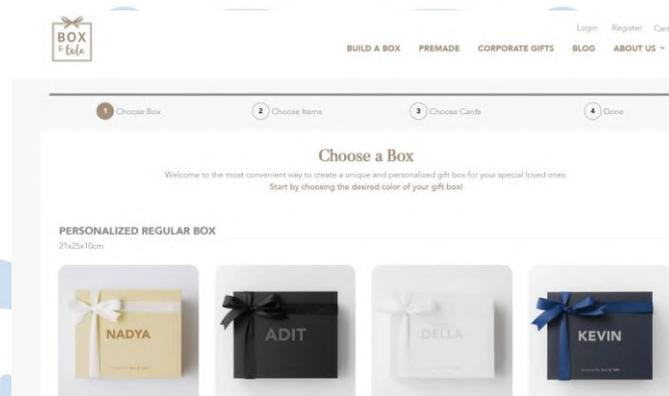
Gambar 2.3 Tren POV Dari Sebuah *Personality*  
 Sumber: fyp reels Instagram (2025)

Ide alternatif yang penulis dan tim diskusikan, masih dalam 1 bidang yaitu *gift & souvenir*. Ide bisnis ini berbentuk sebuah aplikasi dimana *user* dapat menyimpan berbagai *memories* mereka dalam bentuk video, foto, tulisan,

suara, dll. Kemudian, dengan aplikasi ini beragam *memories* yang telah terkumpul dapat dirangkai menjadi sebuah cerita bergambar berupa animasi/kartun yang menggambarkan sebuah cerita dengan awalan, konflik hingga *ending*. Aplikasi ini memiliki fitur untuk bersosialisasi bersama teman, pasangan atau keluarga yang dapat di *update* setiap harinya, *user* mampu mengumpulkan berbagai kenangan mereka bersama untuk dijadikan sebuah buku cerita yang berasal dari kisah nyata pengalaman *user* tersendiri. Hasil akhir dari kenangan dan *moment* yang terkumpul dapat menjadi sebuah hadiah untuk mengapresiasi orang-orang tersayang atau hanya sekedar untuk menyimpan kenangan-kenangan masa lalu dalam bentuk suatu barang yang unik dan berbeda.

### 2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Untuk memperkuat ide bisnis Box of You, dan membuktikan secara nyata bahwa permasalahan sulit mencari hadiah benar adanya bagi Masyarakat Indonesia. Menurut penelitian dari IBM dan National Retail Federation (Cullen, 2019) menemukan bahwa 55% generasi Z tertarik untuk memberikan hadiah yang peronalisasi. Maka, dari riset ini Box of You ingin memberikan Solusi bagi mereka yang kesulitan mencari hadiah yang bermakna.



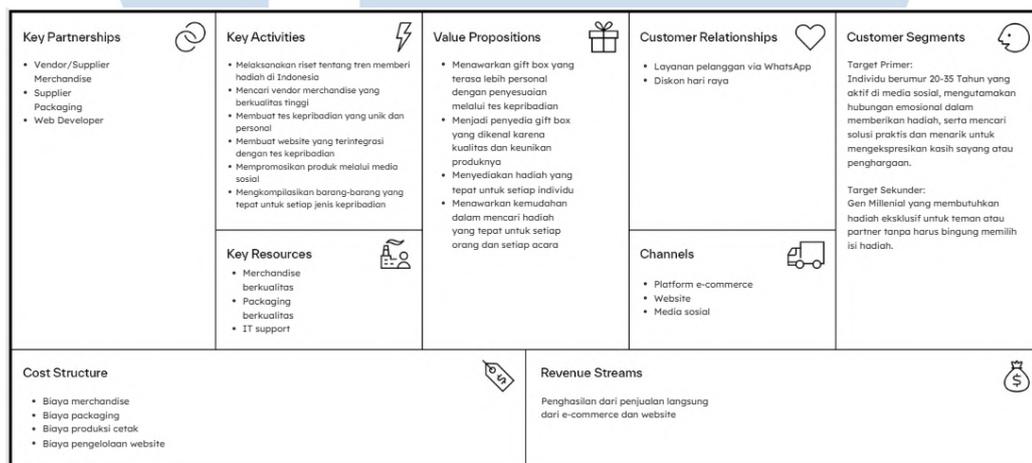
Gambar 2.4 Tampilan Website Box&Tale  
Sumber: Website Box&Tale (2025)

Box of You merupakan *brand* yang memasarkan secara digital lewat *website* sebagai platform kustomisasi, media sosial, dan *e-commerce*. Penulis dan tim terinspirasi dari salah satu *competitor* yaitu, Box&tale yang

memanfaatkan *website* agar konsumen dapat dengan mudah untuk meng-kustomisasi produk mereka. Namun, yang membedakan kami adalah *personality quiz* yang diakses lewat *website* dan dapat langsung dialihkan ke-kustomisasi *gift box* yang sesuai dengan hasil *tes personality user*.

## 2.2 Business Model Canvas

BMC (*Business Model Canvas*) dari Box of You merupakan pemetaan awal agar bisnis yang dijalankan nantinya memiliki elemen data bisnis yang jelas. Sebagai contoh, penghasilan darimana saja, bantuan jasa diluar Perusahaan, *channel* yang akan digunakan, dsb. Setiap elemen BMC diisi dengan rinci oleh penulis dan tim, kemudian didukung dengan riset agar pemvisualisasian konsep bisnis ini terintegrasi.



Gambar 2.5 Business Model Canvas Box Of You

BMC atau *Business Model Canvas* ini menggambarkan bisnis *gift box* yang menawarkan pengalaman personal melalui tes kepribadian untuk mencocokkan hadiah dengan penerimanya. Bisnis ini bermitra dengan vendor *merchandise*, *supplier packaging*, dan *web developer* untuk memastikan kualitas produk dan layanannya. Aktivitas utama mencakup riset tren hadiah, pengembangan tes kepribadian, serta pemasaran melalui media sosial. Dengan menyediakan *gift box* unik dan berkualitas, bisnis ini menargetkan individu berusia 20-35 tahun yang aktif di media sosial serta mencari cara praktis untuk memberikan hadiah yang berkesan. Produk dipasarkan melalui *e-commerce*, *website*, dan media sosial, dengan pendapatan utama berasal dari penjualan langsung. Biaya

operasional meliputi produksi *merchandise, packaging*, cetak, dan pengelolaan *website*. Untuk membangun hubungan dengan pelanggan, layanan pelanggan tersedia via WhatsApp dan diskon diberikan pada momen tertentu.

Kemudian Box of you juga terhubung dengan SDG no. 8. Hal ini mengenai *promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all*, Dimana kedepannya dalam perkembangan bisnis ini penulis dan tim ingin vendor kerajinan lokal untuk diajak bekerja sama menjadi opsi hadiah *gift box* kami.

### 2.3 Deskripsi Perusahaan

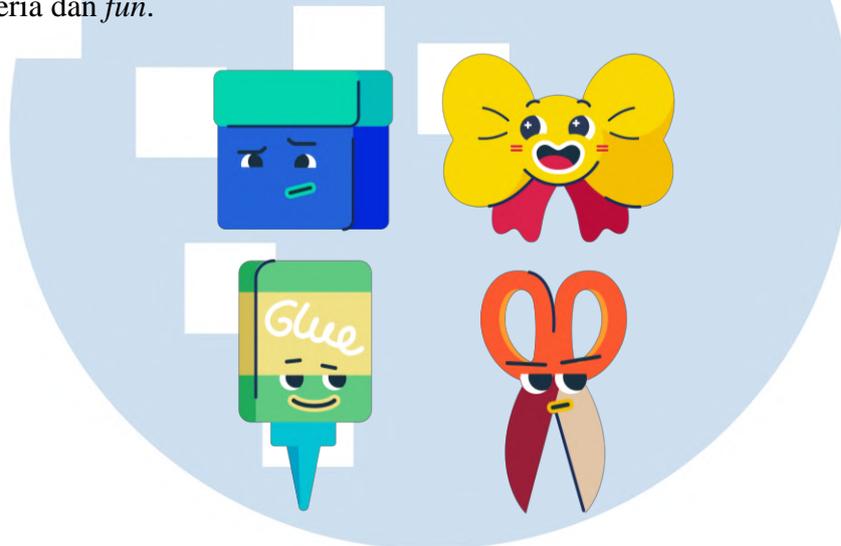
Box of You merupakan perusahaan yang berdiri untuk menyelesaikan masalah mereka yang kesulitan untuk mencari kado, kekhawatiran akan kado yang kurang bermakna atau *special*, dan mereka yang tidak memiliki banyak waktu untuk mencari kado.

Box of You mempunyai visi menjadi *platform* yang dapat memberikan pelayanan hadiah yang dapat memuaskan bagi tiap orang. Dengan misi, menyediakan opsi personalisasi yang beragam untuk disesuaikan ke beragam kepribadian. Kami percaya bahwa setiap orang merupakan tokoh utama dalam hidupnya, maka Box of You hadir sebagai solusi mudah dan bermakna untuk menyiapkan kado spesial bagi setiap individu. Box of You juga percaya bahwa waktu berlalu, namun kenangan akan selalu abadi. Jadi, Box of You menyediakan barang yang dapat menjadi alat penyimpan kenangan indah seseorang dan dapat sebagai simbol kasih sayang untuk mereka yang dikasihi.



Gambar 2.6 Logo Box of You

Dalam logo Box of You, penulis dan tim ingin menyampaikan bahwa seperti tali pita yang fleksibel, Box of You pun sama karena kami fleksibel dalam menyesuaikan preferensi dari seseorang. Kemudian, menggunakan elemen pita karena yang membuat sebuah hadiah dapat diidentifikasi sebagai hadiah adalah pitanya, pita yang memberikan estetika, dan memberikan kesan *special* seperti *finishing touch* dari sebuah hadiah. Serta makna warna pink melambangkan sesuatu yang ceria dan *fun*.



Gambar 2.7 Mascot Box of You

Box of You juga memiliki *mascot* sebagai visual *representative* dari karakter *personality* yang kami kembangkan. *Mascot* ini memiliki nama yaitu Buck si box, Jolly si pita, Slick si lem, dan Snip si gunting. Fungsi lain dari *mascot* nantinya akan menjadi pembeda tiap produk *gift box* yang ada dalam Box of You, menyesuaikan barang dengan 4 *personality mascot*.

## 2.4 Struktur Perusahaan

Berikut merupakan penjabaran *job desk* penulis dan anggota tim lainnya. Jobdesk dibagi berdasarkan keahlian yang dimiliki masing-masing anggota tim dan dibagi kedalam 4 subdivisi, yaitu produk, *marketing*, *website / ICT*, dan *Creative*. Bagan struktur perusahaan sebagai berikut;



Gambar 2.8 Struktur Perusahaan Box of You

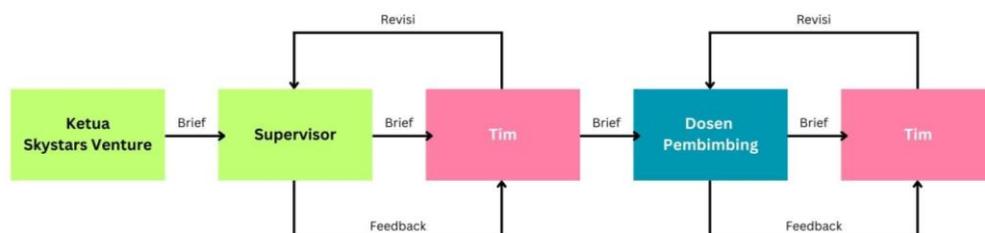
Setelah ini merupakan penjabaran *job desk* secara deskriptif. Penulis dan tim telah membagi tugas lewat diskusi bersama. Dengan adanya pembagian ini bertujuan untuk memastikan agar Box of You berjalan secara efektif dan selaras dengan apa yang sudah ditunjukkan.

1. Felisa Sandra, CEO, *Product Manager*: Memimpin Perusahaan, Mengelola perancangan dan pengembangan produk, termasuk *gift box* dan fitur kustomisasi, serta memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan pasar. Mengawasi pengembangan dan integrasi tes kepribadian ke dalam *platform*, berkoordinasi dengan tim untuk optimalisasi produk, serta meninjau masukan pengguna untuk evaluasi dan perbaikan. Selain itu, memastikan setiap *gift box* dirancang dengan kualitas terbaik sesuai preferensi pelanggan.
2. Elmo Chang You Shen, CTO, *UI/UX Designer* : Merancang dan mengarahkan pengembangan desain *interface website* dengan fitur tes kepribadian dan kustomisasi. Memastikan *website* responsif, aman, dan mudah digunakan di berbagai perangkat. Bekerja sama dengan tim kreatif untuk menghasilkan pengalaman visual yang optimal bagi pengguna.
3. Celica, CMO, *Marketing Manager* : Merancang strategi pemasaran digital melalui media sosial, email *marketing*, dan kolaborasi dengan *influencer* untuk meningkatkan *brand awareness*. Mengelola kampanye promosi yang menunjukkan fitur unik seperti *personality quiz*, serta memastikan konten sesuai dengan nilai *brand* Box of You. Menggunakan data analitik untuk mengevaluasi efektivitas pemasaran dan menjalin kerja sama dengan perusahaan lain guna memperluas jaringan serta peluang B2B.

- Owen Montana, CCO, *Creative Director* : Mengembangkan identitas visual *brand* melalui desain *website*, media sosial, dan *gift box*. Mengawasi pembuatan konsep visual untuk kampanye pemasaran, termasuk iklan digital dan konten media sosial, serta mendesain elemen grafis yang mencerminkan personalisasi produk, seperti ilustrasi hasil *personality quiz*. Berkolaborasi dengan tim *marketing* untuk menghasilkan konten kreatif yang menarik dan memastikan setiap desain selaras dengan tema dan *positioning* Box of You.

## 2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja dan koordinasi antara tim pelaksana Program MBKM Kewirausahaan dengan *Supervisor* dan Dosen Pembimbing. Serta koordinasi antara anggota tim Box of You digambarkan dalam gambar di bawah,



Gambar 2.9 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Dimulai dari pihak atasan Skystars memberikan *brief* pada *Supervisor*, kemudian diteruskan ke tim mengenai *brief* dari objektif yang harus dikerjakan/dicapai dalam pengembangan ide bisnis. Kemudian *Supervisor* berhak untuk memberikan *feedback*, dan tim berkewajiban untuk melakukan revisi, dan disampaikan kembali pada *Supervisor*.

Selanjutnya tim berkewajiban untuk menyampaikan pada dosen pembimbing mengenai bisnis yang akan kami laksanakan. Setelah itu, dosen pembimbing berkewajiban untuk menuntun penulisan laporan tiap anggota tim. Terakhir, dosen pembimbing berhak untuk memberikan *feedback*, tim juga wajib untuk melakukan revisi, dan disampaikan kembali mengenai progress laporan pada dosen pembimbing.

## 2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, ide usaha yang dijalankan dalam program MBKM Cluster Kewirausahaan selama satu semester dievaluasi melalui Pirate Metrics yang dikembangkan oleh Dave McClure sejak 2007. Menurut McClure (2016) Pirate Metrics adalah kerangka kerja yang penting untuk kesuksesan bisnis secara berkelanjutan, yang mencakup beberapa aspek berikut:

1. *Acquisition*, Pelanggan tertarik dan melihat konten Box of You hingga selesai.
2. *Activation*, Pelanggan berinteraksi dengan platform, mengisi *personality quiz*, dan membeli produk rekomendasi.
3. *Retention*, Pelanggan melakukan pembelian kembali untuk orang atau acara yang berbeda.
4. *Referral*, Pelanggan membagikan pengalaman mereka dengan mengunggah *story* tentang produk Box of You dan *tag* akun Instagram Box of You.
5. *Revenue*, Pendapatan dihasilkan dari pembelian ulang *gift box* oleh pelanggan.

Kemudian, menggunakan North Star Metric yang dipopulerkan pakar pertumbuhan Sean Ellis. Menurut Brameld (2025) North Star Metric mampu menjadi kompas yang memberikan nilai pada pelanggan untuk mencapai tujuan jangka panjang. North Star Metric untuk Box of You berfokus pada pembelian ulang. Keberhasilan bisnis diukur dari pelanggan yang kembali membeli *gift box* untuk orang atau acara yang berbeda. Hal ini mencerminkan kepuasan pelanggan, efektivitas personalisasi hadiah, serta potensi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Sebagai syarat selanjutnya untuk menunjukkan kelayakan usaha Box of You, penulis dan tim juga menghitung *Break Even Point* (BEP). Break Even Point (BEP) adalah titik impas di mana total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, pada titik ini bisnis tidak mengalami

keuntungan maupun kerugian. Analisis BEP penting dilakukan untuk mengetahui minimal jumlah penjualan yang harus dicapai agar usaha dapat menutup seluruh biaya operasional, baik tetap (*fixed cost*) maupun variabel (*variable cost*). Berikut merupakan tabel rincian biaya dan Cashflow bisnis Box of You selama 1 tahun kedepan,

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan Biaya Tetap Box Of You

No.	Jenis Biaya	Biaya per Bulan	Biaya per Tahun
1.	Gaji Tim (4 orang)	Rp4.000.000	Rp48.000.000
2.	<i>Maintenance Website</i>	Rp500.000	Rp6.000.000
3.	<i>Marketing: KOL (Influencer)</i>	Rp2.000.000	Rp24.000.000
4.	<i>Marketing: Ads (IG Ads, TikTok Ads, Shopee Ads)</i>	Rp2.000.000	Rp24.000.000
5.	<i>Marketing: Open Booth (Dekorasi &amp; Transportasi)</i>	Rp1.000.000	Rp12.000.000
6.	Kurir Pengiriman	Rp500.000	Rp6.000.000
	<b>Total</b>	<b>Rp10.000.000</b>	<b>Rp120.000.000</b>

Setelah mendapatkan biaya tetap dari Box of You, terdapat pula biaya tidak tetap atau disebut sebagai *variable cost* dari Box of You. Rincian tersebut terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Tabel Perhitungan Biaya Tidak Tetap Box Of You

No.	Jenis Biaya	Biaya per Unit
1.	Bahan Baku Produk dan <i>Packaging</i>	Rp92.000
2.	Packing (Tenaga + Material Tambahan)	Rp8.000
3.	<i>Admin E-Commerce &amp; Perpajakan (Shopee &amp; TikTok Shop 12% dari harga jual)</i>	Rp23.000
	<b>Total</b>	<b>Rp123.000</b>

Berdasarkan data biaya tetap (*fixed cost*), biaya tidak tetap (*variable cost*), dan estimasi pendapatan bersih per unit produk *Box of You*, maka perhitungan BEP dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

**Rumus BEP (unit):**

$$BEP (unit) = \frac{Fixed Cost}{Pendapatan Bersih - Variable Cost}$$

**Diketahui:**

- *Fixed Cost* = Rp10.000.000
- Pendapatan Bersih per Unit (Harga Jual) = Rp190.000
- *Variable Cost* per Unit = Rp123.000

**Perhitungan:**

$$BEP (unit) = \frac{10.000.000}{190.000 - 123.000}$$

$$BEP (unit) = \frac{10.000.000}{67.000}$$

$$BEP (unit) = 149 \text{ unit}$$

**Perhitungan BEP dalam Rupiah:**

$$BEP (rupiah) = (BEP \text{ unit} \times \text{Pendapatan Bersih}) - \text{Fixed Cost}$$

$$BEP (rupiah) = (149 \times 190.000) - 10.000.000$$

$$BEP (rupiah) = 28.310.000 - 10.000.000$$

$$BEP (rupiah) = 18.310.000$$

Tabel 2.3 Hasil Perhitungan *Break Even Point* (BEP)

<b>Break Even Point per Bulan</b>	
149 Unit	Rp18.310.000
<b>Break Even Point per Tahun</b>	
1788 Unit	Rp219.720.000

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, Box of You perlu menjual minimal 149 unit *gift box* per bulan atau 1.788 unit per tahun untuk menutup seluruh biaya tetap dan mencapai titik impas (*Break Even Point*). Untuk mulai memperoleh keuntungan, Box of You perlu mencapai target penjualan sebesar 238 unit per bulan atau sekitar 2.856 unit per tahun, dengan estimasi pendapatan sebesar Rp35.220.000 per bulan atau Rp422.640.000 per tahun. Jika target ini tercapai, bisnis akan berada di atas titik impas dan mulai menghasilkan laba bersih.