

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Dalam sebuah penelitian yang diadakan oleh Groupon, sebagaimana ditulis dalam artikel terbitan Liputan 6, masyarakat Indonesia memiliki antusiasme yang paling tinggi dalam hal memberi hadiah dibandingkan dengan 12 negara lainnya yang berada di kawasan Asia seperti Hongkong, Australia, Jepang, India, dan beberapa negara lainnya. Dari penelitian tersebut, ditemukan juga bahwa 79% dari responden yang berkebangsaan Indonesia rela mengeluarkan anggaran lebih untuk membeli hadiah tersebut pada musim liburan, yang diperkirakan sejumlah Rp420.000 untuk anggota keluarga lainnya dan teman terdekat.

Box of You dibangun sebagai bisnis yang memenuhi kebutuhan pasar tersebut, dengan memanfaatkan peluang yang ada di masyarakat Indonesia. Dari riset kompetitor yang telah dilakukan, salah satu kekurangan yang terlihat dari bisnis *gift box* lainnya adalah kurangnya kebebasan pembeli dalam memilih produk yang ada dalam *gift box*, sehingga hal tersebut menjadi poin utama dalam pembentukan bisnis ini. Box of You menawarkan kemudahan dalam memilih hadiah yang tepat untuk setiap individu, dengan opsi untuk mengganti barang di dalamnya sehingga pembeli memiliki kendali penuh atas isi kotak hadiah yang dibeli. Pemilihan lini bisnis *gifting* ini juga didasarkan pada observasi bisnis yang telah didirikan oleh salah satu anggota tim pada bidang yang sama, dengan jumlah penjualan yang relatif besar hingga sekarang. Dari observasi tersebut, dapat dilihat bahwa peluang dalam bidang *gifting* masih akan terus ada, karena aksi pemberian hadiah yang sudah menjadi budaya di Indonesia.

Berdasarkan data milik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, total pengguna internet di Indonesia sendiri sudah mencapai 79,5%, yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak ke-5 di dunia pada Januari tahun 2024 (Statista, 2025). Terlebih lagi, pemasaran melalui

internet atau *internet marketing* juga dikatakan sebagai metode yang lebih masuk akal, murah, cepat, dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, yang sangat dibutuhkan dalam bisnis yang berniat memasuki segala macam pasar, baik lokal maupun internasional (Mirzaei, Jaryani, Aghaei, Salehi, & Saeidinia, 2012). Sehingga dari kedua faktor tersebut, disimpulkan bahwa penggunaan website sebagai media pemasaran produk memiliki dampak yang cukup signifikan dalam perkembangan sebuah bisnis.

Dari hasil riset dan peluang yang ditemukan pada bidang *gifting* tersebut, dibentuk konsep layanan penyedia hadiah dengan opsi personalisasi yang luas pada produk-produk Box of You. Berdasarkan riset yang telah dilakukan, metode pemasaran dan penjualan Box of You dilaksanakan menggunakan media *online*. Beberapa media sosial seperti Instagram dan TikTok akan digunakan sebagai media pemasaran utama, sedangkan untuk penjualan dilakukan melalui *website* resmi Box of You dan *platform e-commerce* seperti Shopee.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh IBM dan National Retail Federation (Cullen, 2019), sebanyak 55% dari generasi Z ingin membuat hadiah yang unik dengan menyesuaikan pada preferensi mereka. Tren personalisasi ini diperkirakan dapat berlanjut pada berbagai generasi selanjutnya, dengan milenial dan generasi Z yang menjadi pelopornya. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan sebuah layanan yang dapat membantu Gen Z untuk mengkustomisasi hadiah yang tepat, namun tetap memberikan fleksibilitas dalam memilih produk untuk menyesuaikan dengan setiap individu. Dari kasus tersebut dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan website untuk *brand* Box of You?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Untuk merancang pembentukan bisnis ini, penelitian dilakukan dengan batasan masalah sebagai berikut:

1.3.1. Demografis

Pelanggan yang termasuk dalam generasi Z awal hingga generasi milenial akhir yang berusia 20-35 tahun, berjenis kelamin pria atau wanita, dengan status ekonomi yang berada pada kelas menengah ke atas.

1.3.2. Geografis

Perkotaan besar di Indonesia seperti kota-kota pada wilayah Jabodetabek yang memiliki populasi milenial dan Gen Z dengan daya beli yang lebih baik, serta kesadaran terhadap produk lokal yang lebih besar dibandingkan dengan kota di daerah lainnya. Selain itu, target pelanggan pada wilayah tersebut juga lebih terbuka dan lebih familiar terhadap tren personalisasi dalam pemberian hadiah.

1.3.3. Psikografis

Pelanggan menyukai ide-ide hadiah yang unik, eksklusif, dan berkesan untuk diberikan kepada orang lain. Pelanggan juga menyukai sentuhan yang personal dan memiliki nilai emosional dalam sebuah hadiah, serta memiliki minat pada hal-hal yang berhubungan dengan jati diri seseorang seperti tes kepribadian dan zodiak, terutama yang sedang populer.

1.3.4. Behavior

Pelanggan membeli produk karena membutuhkan hadiah yang spesial untuk orang terdekatnya, dan rela membayar lebih untuk mendapatkan hadiah spesial tersebut yang berkualitas tinggi. Biasanya pelanggan tersebut mencari hadiah dalam rangka hari-hari spesial seperti perayaan ulang tahun, Hari Raya Valentine, dan hari-hari besar lainnya.

1.3.5. Target Primer dan Target Sekunder

Produk ini ditujukan terutama kepada generasi Z awal berumur 20-28 tahun yang aktif di media sosial, mengutamakan nilai emosional atau sentimental dalam memberikan hadiah, serta memiliki kecenderungan untuk mencari solusi yang praktis dan menarik untuk menyalurkan kasih sayangnya. Sebagai target sekunder, generasi milenial akhir berusia 29-35 tahun yang

kebingungan dalam mencari hadiah eksklusif untuk orang terdekatnya juga dapat menggunakan layanan yang disediakan pada produk.

1.3.6. Batasan Proyek

Pada penelitian ini, pelaksanaan proyek hanya dibatasi pada penciptaan desain *website* dan tes kepribadian, dengan menerapkan elemen dan aspek desain yang telah dipelajari.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Box of You dibentuk untuk mengatasi masalah yang seringkali ditemui dalam hal memberi hadiah, yaitu kebingungan dan ketakutan pemberi berkaitan dengan hadiah yang dipilih. Dari masalah tersebut, Box of You menawarkan solusi mudah dan cepat dalam penentuan hadiah, dengan kebebasan personalisasi yang luas dalam setiap hadiah yang dipilih. Dengan adanya Box of You, diharapkan masyarakat dapat merasa terbantu dengan keleluasaan personalisasi yang ditawarkan pada proses pemilihan hadiah.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Dengan melaksanakan kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini, diharapkan kemampuan berbisnis, kerjasama, dan kreativitas penulis dapat lebih terasah, baik dari sisi *soft skill* maupun *hard skill*. Selain itu, dengan produk yang dihasilkan dari kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini, diharapkan dapat menjadi alternatif dalam industri penyedia hadiah bagi masyarakat luas, tanpa terkecuali masyarakat kampus.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

MBKM Cluster Kewirausahaan yang dilaksanakan pada semester keenam ini memiliki bobot total sebanyak 15 SKS, dengan kewajiban untuk memenuhi kriteria 640 jam kerja yang diawasi secara berkala oleh *supervisor* dari Skystar Ventures, serta 207 jam kerja untuk kepentingan penulisan laporan MBKM dengan bimbingan dari *advisor* atau Dosen Pembimbing. Sistem pemenuhan jam kerja tersebut dilakukan melalui *website* Merdeka UMN melalui fitur *Daily Task* yang diisi dengan deskripsi pekerjaan per hari, dan harus disetujui oleh masing-

masing pembimbing melalui pengecekan berkala. Dalam kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini, diadakan beberapa kegiatan wajib seperti *workshop* yang diadakan setiap beberapa minggu, pemaparan materi melalui *platform* Google Classroom secara asinkron, serta evaluasi yang diadakan pada pertengahan dan akhir semester sebagai sistem penilaian untuk produk yang telah dibuat.

Kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini dimulai pada awal bulan Februari tahun 2025, setelah melalui sosialisasi besar Cluster MBKM dan KRS Semester Genap beberapa bulan sebelumnya. Pada minggu pertama MBKM Cluster Kewirausahaan yang berfokus pada tahap *Ideation* diadakan sebuah *workshop* dengan tema “*The Entrepreneurial Mindset: Embracing Proactivity and Innovation*” yang dibawakan oleh Rektor Universitas Multimedia Nusantara Dr. Ir. Andrey Atmoko, M.Sc., sebagai materi permulaan atau pengenalan dalam bidang kewirausahaan. *Workshop* ini menjelaskan pentingnya sifat proaktivitas dan kebaruan inovasi dalam pembentukan sebuah bisnis wirausaha. Pada minggu pertama ini juga konsep bisnis yang matang sudah harus dipersiapkan dalam bentuk *pitch deck*. Pada minggu selanjutnya, masih dalam tahap *Ideation* pembangunan bisnis, diberikan materi tentang *metrics* dan *goals* yang berguna untuk mengevaluasi sebuah bisnis dan menentukan langkah strategis selanjutnya. Setelah menentukan *metrics* dan *goals* yang harus dipakai, perlu ditentukan akar masalah yang dihadapi dalam pembangunan bisnis, yang diajarkan melalui *workshop* minggu ketiga, “*Root Cause Analysis*”.

Ide bisnis yang ditemukan pada tahap *Ideation* tersebut perlu divalidasi dengan kondisi pasar yang terkait, dalam proses *Idea Validation*. Pada tahap ini pertama dijelaskan tentang *Market Research* yang berguna untuk menentukan kondisi pasar terkini, serta strategi apa yang harus diambil. Selanjutnya diberikan materi mengenai *Value Proposition Canvas* yang berfungsi untuk membandingkan kebutuhan atau keluhan konsumen dengan nilai yang disediakan melalui produk yang ditawarkan. Selama tahap *Idea Validation* ini, tim Box of You juga sudah memulai riset terkait pengadaan produk, disertai bimbingan oleh *supervisor* dari Skystar Ventures dan *advisor* Dosen Pembimbing dari Universitas Multimedia

Nusantara. Riset yang dilakukan meliputi metode penyebaran kuesioner, analisa kompetitor dengan produk sejenis, serta riset pasar eksisting.

Setelah melalui sejumlah riset tersebut, pada akhir bulan Februari hingga awal bulan Maret tim Box of You melanjutkan dengan proses survei produk yang akan dijual, serta menentukan desain *brand identity* dari Box of You yang mudah dikenali oleh konsumen di tengah banyaknya *brand* pada bidang penyedia *gift box* atau *hampers*. Dari *brand identity* yang telah dibuat, desain produk dan *website* mulai dirancang berdasarkan *stylescape* tersebut. Proses mendesain produk ini dilakukan secara bersama-sama sesuai dengan pembagian tugas masing-masing, kemudian didiskusikan kembali untuk evaluasi. Dalam proses ini dilakukan juga perancangan sistem pembelian produk yang terintegrasi dengan tes kepribadian, serta sistem pembelian produk *custom*. Pada pertengahan bulan Maret, Box of You sudah mulai meluncurkan beberapa produk pertama, meliputi produk *bundling* kepribadian dan produk edisi Idul Fitri.

Selama akhir bulan Februari hingga pertengahan bulan Maret, laporan hasil kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini juga dibuat secara bersamaan dengan bimbingan berkala melalui pertemuan langsung dan *platform* media sosial lainnya dari Dosen Pembimbing Christina Flora, S.Ds., M.M. Dari sejumlah bimbingan yang telah dilakukan dengan Dosen Pembimbing, laporan kembali disesuaikan dengan masukan yang diberikan, untuk kemudian direvisi dan diajukan untuk pengecekan kembali pada bimbingan selanjutnya. Seluruh data penjualan beserta dengan konsep bisnis yang telah dibuat akan dipresentasikan pada Evaluasi 1, yang dilaksanakan pada 26 hingga 27 Maret 2025.

Melalui Evaluasi 1 yang menjadi titik tengah dari kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan ini, tim Box of You juga mendapatkan kritik dan saran dari juri yang menghadiri proses evaluasi tersebut. Dari produk *prototype* yang diberikan kepada para juri, Box of You mendapatkan respon yang cukup positif mengenai pemilihan produk. Setelah proses evaluasi tersebut, penulis dan tim kembali melakukan berbagai bimbingan dengan *Supervisor* dan *Advisor* untuk memberikan perkembangan bisnis hingga Evaluasi 2 yang akan dilaksanakan pada

19 Mei 2025. Produk final Box of You yang telah direvisi akan dipertunjukkan pada Exhibition & Pitching Session yang pada awalnya dijadwalkan tanggal 26 hingga 28 Mei 2025, dimana para pengunjung dapat mencoba dan melihat produk Box of You secara langsung. Namun karena beberapa alasan, jadwal acara Demo Day & Exhibition ini ditunda menjadi tanggal 4 dan 5 Juni 2025, yang dilaksanakan pada Lobby Gedung B Universitas Multimedia Nusantara, di bawah pengawasan Skystar Ventures sebagai penyelenggara.

Pada acara tersebut, seluruh tim peserta Demo Day & Exhibition diharuskan untuk mencari sebanyak 100 responden kuesioner selama dua hari acara tersebut. Tim Box of You berhasil mendapatkan total sebanyak 116 responden, dengan 64 responden pada hari pertama dan 52 responden lainnya didapatkan pada hari kedua. Selama acara tersebut berlangsung, tim Box of You dapat berinteraksi secara langsung dengan *target market* yang telah ditentukan, yang menjadi salah satu metode pengumpulan data umpan balik dari konsumen. Dalam acara ini, pengunjung *booth* tidak hanya berasal dari mahasiswa, namun juga para dosen dari berbagai program studi yang banyak memberikan masukan terkait produk Box of You dan eksekusi perancangan aktivitas pada *booth*.

Tim Box of You merancang aktivitas berupa pengisian *personality quiz* berhadiah untuk semua pengunjung tanpa terkecuali, dengan syarat mengisi *form feedback* dan mengikuti aktivitas. Dari berbagai macam pengunjung yang mencoba aktivitas pada *booth* Box of You, hampir seluruh pengunjung merasa cukup puas dan senang dengan aktivitasnya, namun merasakan *pain point* pada *form feedback* yang dianggap terlalu panjang. Setelah kegiatan Demo Day berakhir, setiap tim kewirausahaan harus mengikuti sidang MBKM, yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juni. Pada sidang ini, hasil proyek yang telah dilaksanakan selama kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan dipresentasikan dan dipertanggungjawabkan dalam bentuk presentasi dan poster karya. Selain menunjukkan hasil karya, sidang ini juga berperan sebagai salah satu bimbingan akhir sebelum pengumpulan laporan, di mana para peserta diberikan kesempatan untuk merevisi laporannya sesuai dengan masukan yang diberikan pada sidang.