

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

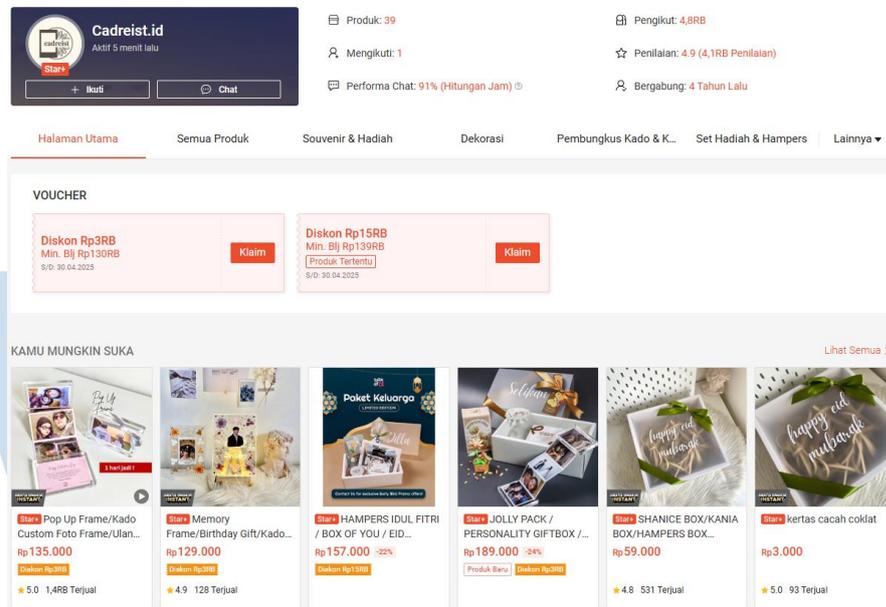
Pengembangan ide bisnis pada bidang *gifting* diawali dari pengalaman dan validasi yang didapatkan oleh salah satu anggota tim, dengan usaha pribadinya pada bidang tersebut. Ide bisnis ini kemudian dikembangkan bersama-sama dengan anggota tim lainnya melalui penambahan *value* yang membedakan bisnis dengan kompetitor lainnya di bidang *gifting*.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Proses pemberian hadiah atau pemilihan hadiah untuk seseorang yang dicintai seringkali diliputi kekhawatiran, yang seringkali membuat orang-orang menjadi takut untuk memberikan hadiah. Mengutip dari Moselo.com, kecemasan tersebut berasal dari ketakutan terhadap penilaian orang lain berdasarkan hadiah yang mereka berikan. Untuk mengatasi masalah tersebut, Box of You hadir sebagai *partner* dalam mencari hadiah yang cocok untuk setiap kepribadian.

Konsep bisnis Box of You sebagai layanan penyedia *gift box* atau hadiah personal dimulai dari bisnis yang telah didirikan sebelumnya oleh salah satu anggota tim yaitu Cadreist. Sebagai inspirasi Box of You, Cadreist terlebih dahulu menjadi penyedia *merchandise* hadiah, khususnya jenis *merchandise* buatan tangan dengan foto dan tulisan yang dapat dikustomisasi. Box of You masih menjalankan prinsip yang sama dengan Cadreist, yaitu bahwa hadiah yang diberikan kepada orang lain dapat memiliki makna atau cerita tertentu, sehingga setiap hadiah harus dibuat spesial sesuai dengan penerimanya. Dengan validasi pasar yang telah terbukti dari hasil pemasaran dan penjualan Cadreist melalui *platform e-commerce* Shopee, tim Box of You melihat sebuah peluang dalam bidang *gifting*, yang seringkali ditemui oleh para pembelinya,

yaitu rasa kebingungan pembeli ketika memilih hadiah yang tepat untuk orang lain serta kurangnya opsi personalisasi.



Gambar 2. 1 Toko Cadreist

Sumber: <https://shopee.co.id/cadreist?entryPoint=ShopBySearch&searchKeyword=cadreist>

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, *brand* kompetitor yang menyediakan layanan *gift box* hanya menyediakan beberapa jenis paket *gift box* yang telah ditentukan dan tidak bisa diubah, serta produk satuan yang dapat dibeli secara terpisah. Dari hal tersebut, tim Box of You ingin menciptakan sebuah *brand* penyedia *gift box* yang dapat memenuhi keinginan pembeli dengan produk berkualitas, sesuai dengan kebutuhan mereka, namun tetap memiliki nilai emosional yang berkesan bagi penerimanya.

Sebelum ditetapkan pada model bisnis *gift box* yang disesuaikan dengan kepribadian penerimanya, tim Box of You menemukan alternatif ide bisnis lainnya yang terinspirasi dari sebuah aplikasi bernama Locket Widget. Ide bisnis alternatif ini menargetkan pasangan-pasangan Indonesia yang berada dalam situasi *long-distance relationship*, dengan menyediakan hadiah yang sentimental dan personal bagi pasangan tersebut. Layanan yang disediakan berupa aplikasi penyimpanan dokumentasi kegiatan sehari-hari, yang dapat dikombinasikan dengan musik yang sering didengarkan atau disukai. Sebagai

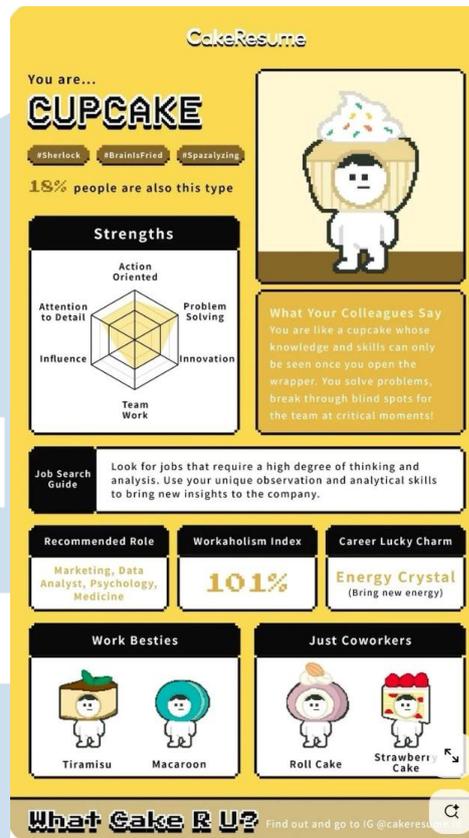
value yang membedakan produk dengan aplikasi eksisting lainnya yang memiliki konsep serupa, layanan ini menyediakan sebuah hadiah berupa benda fisik untuk mengenang memori-memori tersebut. Hadiah yang disediakan tersebut menggabungkan seluruh media yang dituangkan ke dalam aplikasi menjadi sebuah album yang dapat disimpan secara pribadi oleh pasangan tersebut.



Gambar 2. 2 Aplikasi Locket Widget
Sumber: Google Play Store

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Berdasarkan riset yang telah dilakukan dalam bentuk survei dan observasi, sebagian besar dari responden yang termasuk dalam generasi Z dan generasi milenial lebih menyukai jenis hadiah yang dapat dipersonalisasi. Sehingga dari ide dan data tersebut, tim Box of You menggabungkan konsep tes kepribadian yang sedang marak diikuti oleh generasi milenial hingga generasi Z, dengan pilihan untuk mengkurasi isi dari hadiah itu sendiri.



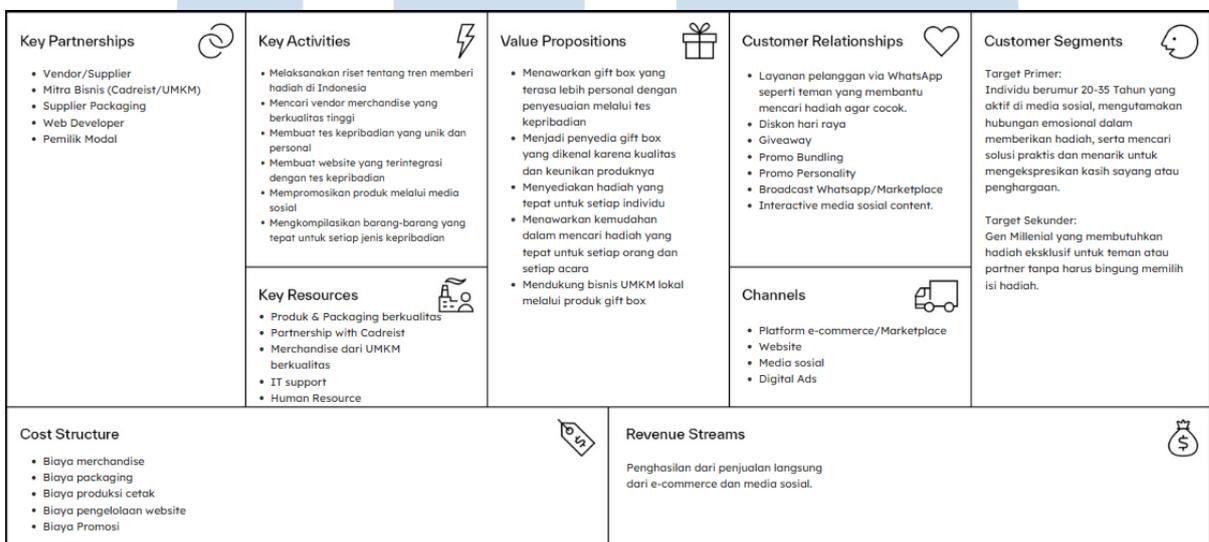
Gambar 2. 3 Contoh Tren Hasil Tes Kepribadian
 Sumber: <https://oopenlab.cc/quiz/1h1mUlju76IXkC5WVCde>

Pilihan untuk menggabungkan kedua unsur tersebut memberikan pengalaman yang unik bagi pembeli melalui interaksi pada tes kepribadian, namun juga memberikan kebebasan untuk memilih isi hadiah jika dirasa kurang tepat. Selain itu, penggunaan tes kepribadian dengan memberikan hasil berupa karakter yang menarik sesuai dengan kepribadian penerima hadiah dapat membantu dalam pemasaran dan publikasi *brand* Box of You.

Sebagai *brand* penyedia *gift box*, Box of You juga dapat menawarkan beberapa produk *seasonal* yang disesuaikan dengan *event* yang sedang berlangsung. Dengan menyediakan produk *seasonal* tersebut, Box of You dapat memperluas target pembeli, sekaligus meningkatkan *brand awareness*.

2.2 Business Model Canvas

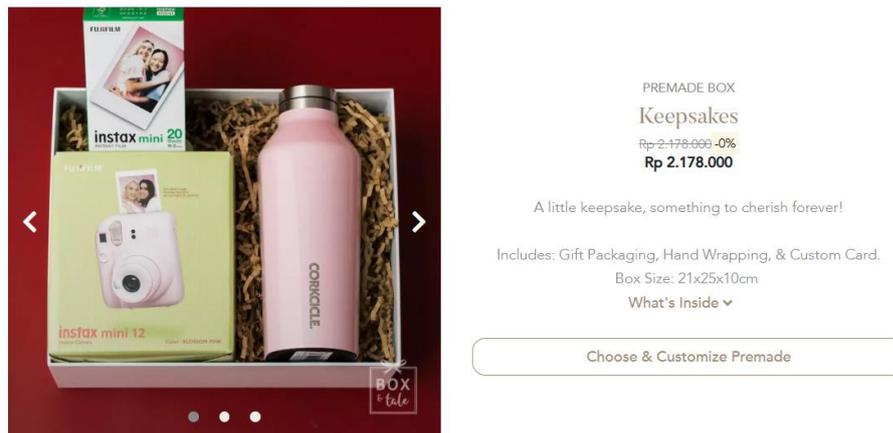
Model bisnis Box of You dipetakan menggunakan sebuah *Business Model Canvas* atau BMC, yang akan digunakan untuk merancang strategi, serta memetakan kelebihan dan kekurangan bisnis. Dari BMC tersebut, dapat diketahui aset-aset yang krusial dalam berjalannya bisnis yang dianalisis. Selain itu, tabel ini juga menggambarkan aktivitas yang dilakukan antara bisnis dengan konsumennya, sehingga bagian aktivitas-aktivitas tersebut menjadi fokus bisnis untuk ditingkatkan di masa depan.



Gambar 2. 4 *Business Model Canvas Brand Box of You*

Dalam model bisnis Box of You ini, kemitraan yang sangat dibutuhkan meliputi kemitraan dari *supplier* atau *vendor* produk, pengelola *website*, dan *supplier* packaging. Bisnis penyedia *gift box* seperti Box of You juga perlu terus memperbaharui produknya berdasarkan riset pasar terbaru, untuk mengetahui tren yang sedang diminati orang banyak. Selain itu, produk yang sudah ditentukan harus dikompilasikan untuk menyesuaikan dengan masing-masing jenis kepribadian. Untuk mempertahankan pelanggan, Box of You menerapkan layanan pelanggan melalui *chat* WhatsApp dan pengadaan diskon atau paket tertentu pada musim hari raya. Dengan target pasar berupa generasi Z awal hingga generasi milenial akhir,

produk Box of You akan dipasarkan melalui *platform e-commerce* seperti Shopee, *website* utama Box of You, serta pada media sosial Box of You.



Gambar 2. 5 Produk *Gift Box* dengan Produk *Brand* Luar Negeri
Sumber: <https://boxandtale.com/premade>

Dari observasi yang telah dilakukan juga didapatkan beberapa temuan, salah satunya adalah para kompetitor menjual produk *gift box* versinya masing-masing, dan beberapa dari paket yang disediakan menggunakan produk dari *brand* asal luar negeri. Penemuan ini mendorong Box of You untuk berkontribusi terhadap perkembangan bisnis lokal, dengan menggunakan produk lokal berkualitas dalam paket *gift box* yang ditawarkan.

Hasil akhir yang dituju oleh Box of You adalah untuk mendukung perkembangan bisnis lokal sekaligus mendapatkan keuntungan, dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia. Untuk mencapai tujuan tersebut, tim Box of You memanfaatkan media *website* dan *platform e-commerce* sebagai sarana penjualan, serta penggunaan berbagai *platform* media sosial untuk kepentingan pemasaran dan pembangunan komunitas pelanggan. Sistem personalisasi berdasarkan kepribadian penerima juga akan diintegrasikan ke dalam *website* tersebut untuk memastikan kemudahan dan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Box of You diciptakan sebagai ekstensi bisnis dari Cadreist, yang bergerak pada bidang yang sama yaitu bidang *gifting*, namun memiliki perbedaan pada produk yang disediakan dan sistem pembelian produk. Box of You mengutamakan kebebasan pembeli dalam memilih hadiahnya, sehingga Box of You hanya memiliki peran sebagai penolong bagi pembeli yang kebingungan dalam memilih hadiah.

Seperti bisnis yang menjadi dasar berdirinya Box of You yaitu Cadreist, dalam pemilihan produk, Box of You mencari hadiah yang tidak hanya menjadi pajangan atau hiasan, namun juga menjadi sesuatu untuk mengenang sebuah cerita yang unik. Karena alasan tersebut, pemilihan nama Box of You juga diambil dari keunikan setiap orang, salah satunya melalui kepribadiannya. Box of You menggambarkan setiap individu sebagai karakter utama dalam hidupnya masing-masing, sehingga setiap orang layak untuk mendapatkan hadiah yang seunik dirinya masing-masing. Perspektif tersebut juga menjadi acuan dalam penciptaan visi Box of You, yaitu sebagai layanan penyedia hadiah yang mampu memuaskan preferensi setiap orang. Untuk mencapai visi tersebut, Box of You mempunyai misi untuk menyediakan opsi personalisasi yang luas, untuk menyesuaikan dengan setiap kepribadian yang ada.

Pemilihan logo dan *color palette* yang digunakan pada *collateral brand* Box of You dirancang untuk menggambarkan kesan yang lebih seru dan bersahabat, namun tetap profesional. Elemen utama yang menjadi salah satu identitas utama pada *brand* adalah pita berwarna merah muda yang berbentuk huruf “u” untuk melambangkan produk hadiah yang ditawarkan, dengan warna merah muda terang yang melambangkan keseruan dan kepedulian. Kombinasi warna ungu yang dipadukan secara komplementer dengan warna merah muda tersebut menggambarkan kesan modern dan berenergi, sedangkan warna hitam dan putih pada media yang digunakan memberikan kesan profesional.



Gambar 2. 6 Logo *Brand* Box of You

Jenis *typeface* yang digunakan pada logo bergaya sans serif dengan percampuran bentuk-bentuk geometris memberikan kesan rapih, sekaligus menunjukkan aspek modern dari *brand* yang dibangun. *Layout* tulisan pada logo dibuat tidak sejajar untuk lebih menunjukkan sisi “*fun*” dari cara berkomunikasi *brand* Box of You, dengan huruf “u” yang dibentuk dari lekukan pita menggambarkan kesan elegan dan lembut.

2.4 Struktur Perusahaan

Tim Box of You dibentuk sesuai dengan keahlian dan minat masing-masing, dengan tanggung jawab yang setara. Pembagian tugas ini dilakukan untuk menjaga efisiensi kerja tim, sehingga dapat memenuhi permintaan klien dengan tepat waktu. Untuk alasan tersebut juga, setiap anggota tim diharuskan untuk tetap mengutamakan kerjasama dan musyawarah dalam setiap tugas yang dilaksanakan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam bentuk apapun.

1. Felisa Sandra, CEO, Product Manager:

Bertugas untuk mengelola proses perancangan dan pengembangan seluruh produk, mengawasi pengembangan *personality quiz* dan implementasi ke dalam *platform* yang dituju, mengkoordinasikan tim untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar, memperhatikan masukan pengguna dan membuat evaluasi produk, serta menjamin kualitas setiap gift box yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pembeli.

2. Elmo Chang You Shen, CTO, UI & UX Designer:

Bertugas untuk merancang desain *interface website*, mengarahkan perkembangan *website* utama, mengintegrasikan fitur tes kepribadian dan opsi kustomisasi ke dalam *website*, memastikan fitur-fitur pada *website* tetap responsif, aman, dan mudah digunakan di berbagai perangkat, serta berkolaborasi dengan tim kreatif untuk memberikan pengalaman visual yang baik.

3. Celica, CMO, Marketing Manager:

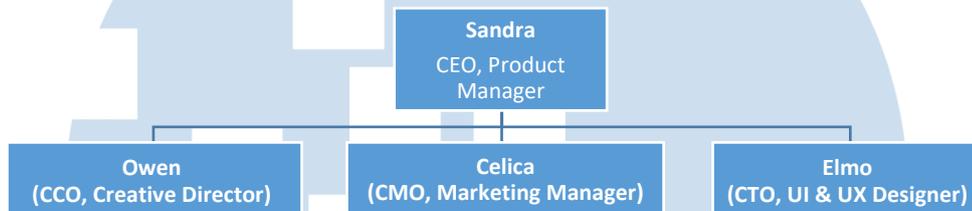
Bertugas menyusun strategi pemasaran digital melalui media sosial, email marketing, atau kolaborasi dengan influencer, mengatur jalannya kampanye promosi untuk memperkenalkan fitur-fitur baru, memastikan konten pemasaran mencerminkan nilai brand Box of You, menganalisis data yang didapat untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran, serta menjalin kerja sama dengan perusahaan lain.

4. Owen Montana, CCO, Creative Director:

Memiliki tanggung jawab atas pengembangan identitas visual brand, menciptakan konsep visual untuk kampanye pemasaran, membuat desain elemen grafis yang mencerminkan personalisasi produk, berkolaborasi dengan tim marketing untuk menghasilkan konten kreatif yang menarik dan informatif, serta memastikan bahwa setiap elemen desain sesuai dengan tema dan *positioning brand*.

Pembagian pekerjaan ini dilakukan melalui kesepakatan bersama, yang telah disesuaikan sebelumnya dengan faktor keahlian, aset, serta portofolio yang juga menjadi penentu. Pemilihan anggota tim sebagai CEO didasarkan dari pengalaman menjalankan bisnis yang masih berjalan hingga sekarang, serta pengalaman mengurus produk. Posisi CTO dipilih karena kemampuan dalam pembuatan *prototype* dan utilisasi teknologi, sedangkan CMO dipilih karena kemampuan sosial serta pengetahuan tren sosial media yang cukup mendalam. CCO tim Box of You dipilih karena keahlian dalam bidang desain visual serta kemampuan untuk menentukan gaya desain yang tepat untuk sebuah *brand*.

Dengan pembagian *job desc* tersebut, setiap anggota tim Box of You dapat melaksanakan tugasnya secara efisien. Pada umumnya, tugas yang dilakukan oleh setiap anggota dapat didiskusikan kembali dengan CEO atau sesama anggota tim. Secara keseluruhan, struktur perusahaan Box of You dapat digambarkan melalui bagan berikut:

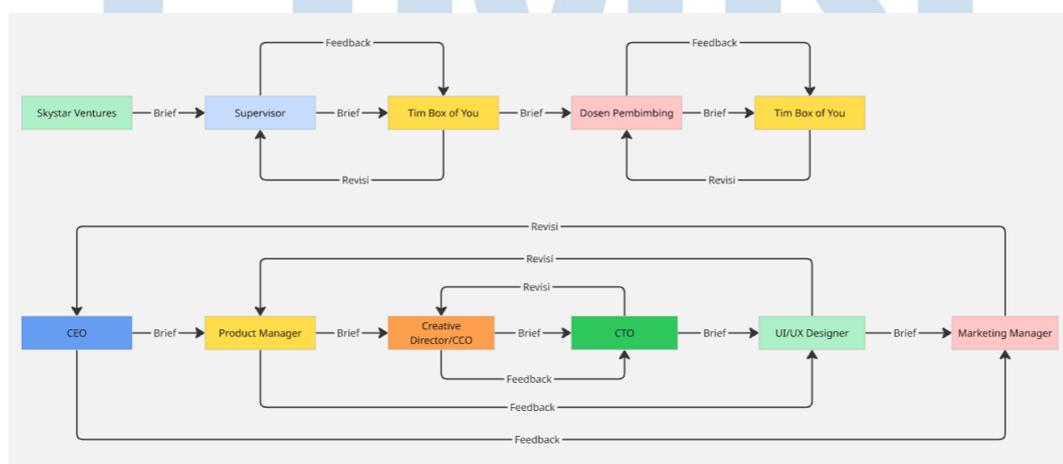


Gambar 2. 7 Struktur Perusahaan Box of You

Setiap anggota tim Box of You juga bertanggungjawab secara langsung kepada personil dari Skystar Ventures selaku *supervisor* dan Dosen Pembimbing selaku *advisor* dalam pembuatan bisnis dan laporan Cluster MBKM. Pembimbingan ini dilakukan untuk mencatat perkembangan individu anggota tim, sekaligus mendapatkan masukan tentang perancangan bisnis.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja tim Box of You tidak hanya berputar di antara sesama anggota tim, namun juga melibatkan *supervisor* dari Skystar Ventures dan *advisor* atau Dosen Pembimbing dari Universitas Multimedia Nusantara seperti digambarkan pada diagram berikut:



Gambar 2. 8 Alur Koordinasi Tim Box of You

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan jangka panjang ide bisnis Box of You diukur menggunakan dua jenis *metrics*, yaitu *Pirate Metric* dan *North Star Metric* sebagai berikut:

1. *Pirate Metric*

McClure (2007), menyatakan bahwa terdapat lima tahapan penting bagi pertumbuhan sebuah bisnis *startup*, seperti yang tercantum sebagai berikut:

- a. Acquisition:
Calon pelanggan melihat atau menonton konten pada media sosial Box of You.
- b. Activation:
Pelanggan mengikuti tes kepribadian dan mengunjungi toko Box of You pada *e-commerce*.
- c. Retention:
Pelanggan mengunjungi toko secara berulang untuk membeli hadiah lain.
- d. Referral:
Pelanggan membagikan pengalaman berbelanja atau hasil tes kepribadian di media sosial.
- e. Revenue:
Pelanggan membeli produk Box of You.

2. *North Star Metric*

North Star Metric dibuat dengan mengacu kepada tujuan utama pembentukan bisnis, dan harus dapat menggambarkan hal tersebut. NSM ini juga berperan sebagai sebuah “kompas” yang mengarahkan bisnis kepada tujuan akhirnya (Ellis, sebagaimana dikutip dalam Brameld, 2025). Dalam konsep bisnis Box of You, NSM ditentukan dalam bentuk pembelian produk Box of You secara berulang untuk acara yang berbeda karena minat pelanggan pada produk Box of You.

3. Break Even Point (BEP)

Untuk menguji kelayakan usaha secara nyata, dilakukan kalkulasi *Break Even Point* yang merupakan titik balik modal dari sebuah usaha, dihitungkan berdasarkan jumlah penjualan produk dalam setiap bulannya. Selain jumlah laba dan penjualan, faktor lain yang penting untuk dipertimbangkan dalam menentukan BEP adalah *fixed cost* dan *variable cost* yang diperlukan dalam setiap bisnis. *Fixed cost* yang diperlukan dalam operasional bisnis Box of You dihitung sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Tabel Perhitungan *Fixed Cost* Bisnis Box of You

Fixed Cost (Biaya Tetap)			
No.	Jenis Biaya	Biaya per Bulan	Biaya per Tahun
1.	Gaji Tim (4 orang)	Rp4.000.000	Rp48.000.000
2.	<i>Website Maintenance</i>	Rp500.000	Rp6.000.000
3.	<i>Marketing: KOL/Influencer</i>	Rp2.000.000	Rp24.000.000
4.	<i>Marketing: Advertising</i> (Instagram, TikTok, Shopee)	Rp2.000.000	Rp24.000.000
5.	<i>Marketing: Offline Booth</i> (dekorasi & transportasi)	Rp1.000.000	Rp12.000.000
6.	Kurir Pengiriman	Rp500.000	Rp6.000.000
Total		Rp10.000.000	Rp120.000.000

Berdasarkan perhitungan penjualan tetap dengan harga produk Box of You, didapatkan nominal sebesar Rp120.000.000. Dari nilai tersebut, didapatkan juga perhitungan *variable cost* (tidak tetap) sebesar Rp123.000 seperti yang dijabarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. 2 Tabel Perhitungan *Variable Cost* Bisnis Box of You

Variable Cost (Biaya Tidak Tetap)		
No.	Jenis Biaya	Biaya
1.	Bahan baku produk dan kemasan	Rp92.000
2.	Biaya jasa <i>packing</i>	Rp8.000

3.	Biaya admin <i>e-commerce</i> dan perpajakan (Shopee dan TikTok sebesar 12%)	Rp23.000
Total		Rp123.000

Dengan perhitungan *fixed cost* dan *variable cost* tersebut, dapat ditentukan BEP unit bisnis Box of You dengan menggunakan perhitungan berikut:

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{fixed cost}}{\text{pendapatan bersih} - \text{variable cost}}$$

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

$$\text{BEP unit} = \frac{10.000.000}{67.000}$$

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

Menggunakan data BEP unit tersebut, dapat ditentukan juga jumlah BEP rupiah yang menjadi titik impas dari bisnis Box of You dengan menggunakan perhitungan seperti berikut:

$$\text{BEP rupiah} = (\text{BEP unit} \times \text{pendapatan bersih}) - \text{fixed cost}$$

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

$$\text{BEP rupiah} = 28.310.000 - 10.000.000$$

$$\text{BEP rupiah} = 18.310.000$$

Jumlah BEP per tahunnya dapat ditentukan dengan menghitung jumlah unit atau jumlah pendapatan per bulan yang dikalikan 12. Dengan didaptkannya nilai BEP unit dan BEP rupiah, maka dapat dihitung BEP per bulan dan per tahun seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Tabel Perhitungan BEP Unit dan BEP Rupiah Bisnis Box of You

BEP per Bulan	
149 unit	Rp18.310.000
BEP per Tahun	
1788 unit	Rp219.720.000

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat diketahui bahwa untuk mencapai BEP, bisnis Box of You perlu menjual sebanyak 149 unit per bulannya, dengan pendapatan bersih sebesar Rp18.310.000. Dengan perhitungan tersebut, dibutuhkan penjualan sebanyak 1788 unit per tahun, dengan total pendapatan bersih sebesar Rp219.720.000.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA