

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Pengembangan ide bisnis dilakukan bersama tim dalam program MBKM Cluster kewirausahaan. Proses pengembangan hingga finalisasi ide bisnis *Box Of You* dilakukan secara sistematis melalui serangkaian tahapan pengalaman, pembelajaran dan validasi.

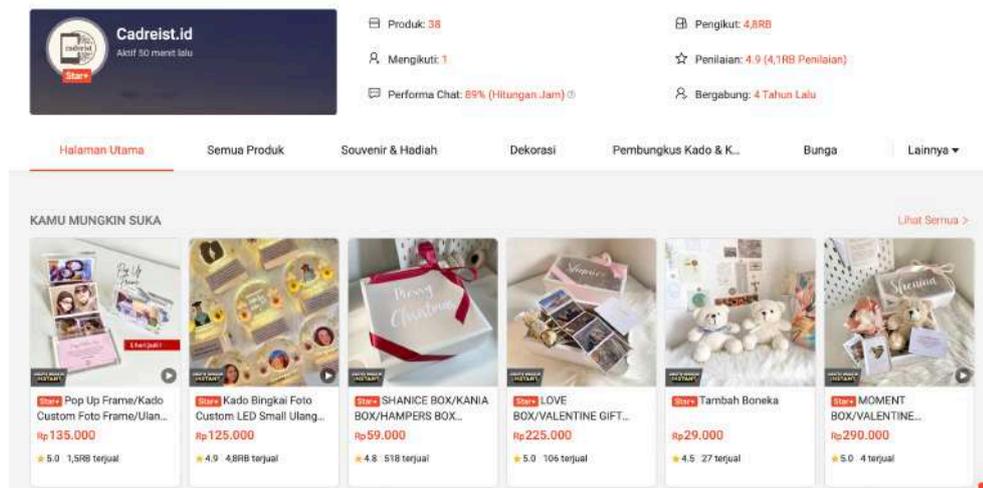
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

Pengembangan ide bisnis *Box Of You* berawal dari pengalaman dalam menjalankan bisnis individu sebelumnya, yaitu *Cadreist* (Gambar 2.1), bergerak di bidang *gift* dan *souvenir* untuk momen spesial. *Cadreist* telah sukses membangun basis pelanggan yang kuat melalui platform *e-commerce*, dengan lebih dari 7.000 produk terjual dan rating tinggi dari ribuan pembeli. Keberhasilan ini menunjukkan adanya permintaan yang signifikan terhadap produk personalisasi dalam industri *gifting*.

Penelitian oleh IBM dan *National Retail Federation* menyatakan bahwa 55% generasi Z tertarik untuk memberi hadiah yang unik dan sesuai dengan penerima (Lee, 2021). Kecenderungan untuk memberikan hadiah yang personal ini diperkirakan akan terus berkembang di semua generasi, dengan milenial dan generasi Z sebagai pelopor utama. Oleh karena itu, kegiatan memberikan hadiah menjadi sarana yang efektif untuk mempererat hubungan antar individu.

Berangkat dari pengalaman ini, *Box Of You* dikembangkan dengan pendekatan yang lebih inovatif, yaitu dengan menggabungkan konsep personalisasi berbasis kepribadian. Dengan memanfaatkan data dan wawasan dari bisnis sebelumnya, *Box Of You* hadir sebagai solusi yang lebih interaktif dan unik, memungkinkan *customer* untuk memilih hadiah berdasarkan hasil *personality quiz*. Selain itu, strategi perancangan produk serta pemasaran yang telah terbukti efektif di *Cadreist* menjadi fondasi dalam membangun visibilitas

dan *engagement Box Of You* di pasar. Dengan pendekatan ini, bisnis baru ini tidak hanya melanjutkan kesuksesan sebelumnya, tetapi juga menawarkan pengalaman *gifting* yang lebih bermakna dan sesuai dengan preferensi generasi milenial serta Gen Z.



Gambar 2.1 Ide Bisnis Industri Gifting
Sumber: Akun Shopee Cadreist (2025)

Program MBKM Cluster Kewirausahaan dimulai dari pengembangan dan finalisasi ide bisnis dengan nama *Box Of You* dilakukan secara sistematis melalui eksplorasi tren pasar dan validasi model bisnis. Riset studi menunjukkan bahwa milenial dan generasi Z sangat menghargai personalisasi dalam pemberian hadiah, dengan preferensi terhadap produk yang bermakna dan sesuai dengan karakter penerima. Berangkat dari temuan ini, tim mengembangkan konsep *Box Of You* sebagai solusi *gifting* berbasis personalisasi dengan pendekatan *personality quiz* dan *personality giftbox* yang unik.



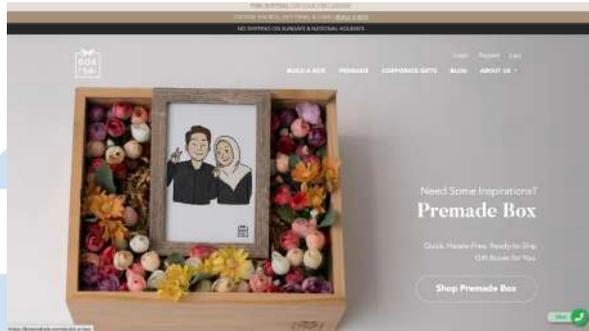
Gambar 2.2 Ide Bisnis Locket App
Sumber: Playstore Locket Widget (2025)

Ide bisnis alternatif yang akan diajukan masih berkaitan dalam menargetkan sisi *emotional* personal manusia. Ide bisnis berawal dan terinspirasi dari masalah sebuah pasangan atau anggota keluarga yang tinggal berjauhan. Ide bisnis alternatif yakni berupa aplikasi yang dapat menyimpan berbagai foto untuk berbagi cerita kehidupan sehari – hari dari lokasi yang berbeda. Namun, penambahan inovasi ada pada fitur untuk menyimpan video, serta musik yang disukai setiap individu pengguna. Fitur utama dari aplikasi ada pada penggabungan foto, video, musik, diari, dsb menjadi sebuah buku album digital yang dapat di simpan. Salah satu referensi aplikasi ada pada Locket Widget (Gambar 2.2).

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Finalisasi ide yang dilanjutkan ada pada ide bisnis Box Of You. Ide yang telah melakukan riset pasar dan analisis kompetitor, dan telah dikonfirmasi bahwa konsep ini memiliki daya tarik kuat di kalangan target pasar, terutama mereka yang mencari hadiah eksklusif dan bermakna. Sejalan dengan prinsip keberlanjutan, *Box Of You* juga berkolaborasi dengan pengrajin lokal sebagai vendor utama, mendukung SDG nomor 8 tentang pertumbuhan ekonomi inklusif. Dalam tahap finalisasi, tim merancang strategi pemasaran berbasis digital melalui website dan media sosial, di mana pelanggan dapat dengan mudah memilih dan menyesuaikan isi *giftbox* mereka. Dengan monetisasi berbasis *business-to-consumer (B2C)* dan *business-to-business (B2B)*, Box Of You siap menjadi *brand gifting* inovatif yang tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga pengalaman berbelanja yang personal dan menyenangkan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.3 Referensi Bisnis Box And Tale
Sumber: Box and Tale (2025)

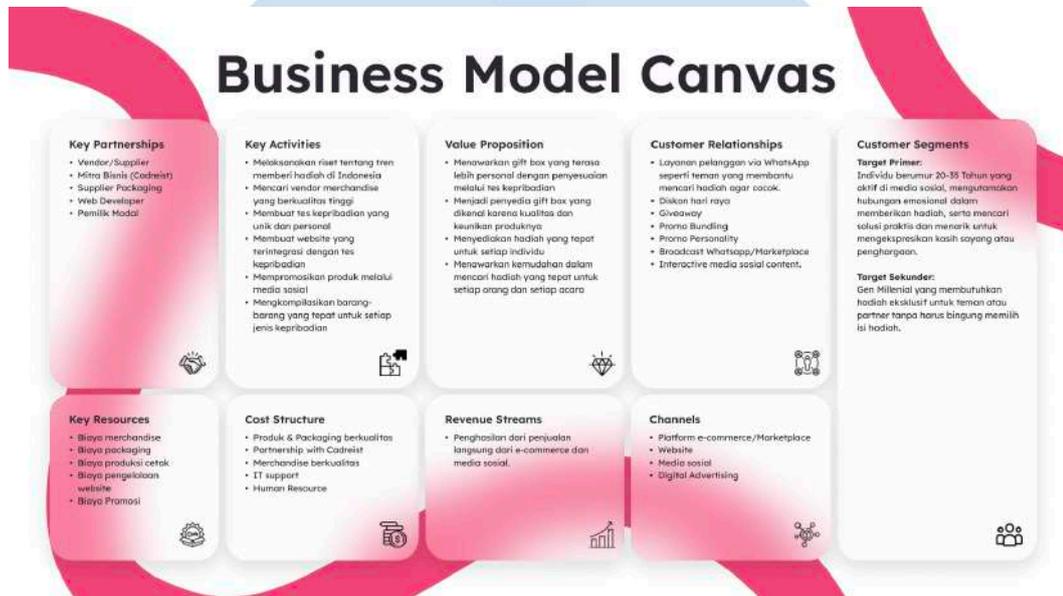
Sebagai referensi dari bisnis yang sudah ada sebelumnya, Box & Tale dapat menjadi gambaran mengenai Box Of You di kalangan pasar kedepannya. Box & Tale menunjukkan bahwa Industri dalam bidang *gifting* memiliki target pasar yang cukup luas. Selain itu, penggunaan teknologi dalam bentuk website yang digunakan Box & Tale menjadi salah satu media yang berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) digunakan sebagai panduan strategis yang mencakup berbagai aspek penting, mulai dari kemitraan, aktivitas utama, sumber daya, hingga segmentasi pasar dan struktur keuangan. Dalam bisnis *giftbox* personalisasi ini, setiap elemen BMC saling terintegrasi guna menciptakan nilai yang unik bagi pelanggan. Dengan *vendor* dan *supplier* berkualitas, bisnis ini memastikan ketersediaan produk yang eksklusif dan sesuai tren. Selain itu, salah satu misi Box Of You adalah untuk menyejahterakan bisnis lokal. Maka Box Of You berencana mencari vendor kerajinan lokal untuk dijadikan opsi hadiah *gift box*. Box Of You juga terhubung dengan SDG no. 8 mengenai *promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all*, Box Of You percaya bahwa penting untuk menyampaikan pesan rasa cinta produk lokal pada konsumen dan konsumen juga menjadi peran penting dalam menyejahterakan bisnis lokal Indonesia.

Aktivitas utama yang dilakukan mencakup riset pasar, pengembangan platform *e-commerce*, serta pemasaran berbasis media sosial untuk menjangkau target audiens utama, yaitu individu berusia 20-35 tahun yang aktif secara digital dan

mengutamakan aspek emosional dalam pemberian hadiah. Penawaran utama bisnis ini adalah kemudahan dalam memilih hadiah yang disesuaikan dengan kepribadian penerima, menciptakan pengalaman yang lebih bermakna.



Gambar 2.4 Business Model Canvas

Box Of You menjalin kemitraan strategis dengan beberapa pihak penting yang mendukung keberlangsungan operasionalnya (*Key Partnerships*). Mitra tersebut meliputi *vendor* atau *supplier produk*, *supplier* untuk *packaging*, *web developer*, serta pemilik modal yang menjadi sumber pendanaan awal. Para mitra ini berperan penting dalam memastikan kualitas produk fisik dan pengalaman digital yang disediakan perusahaan kepada pelanggannya.

Aktivitas utama (*Key Activities*) yang dijalankan oleh bisnis mencakup pelaksanaan riset mengenai *trend gift-giving* di Indonesia, mencari vendor yang berkualitas tinggi, serta membuat tes kepribadian yang unik dan personal. Selain itu, bisnis ini juga membuat website yang terintegrasi dengan tes kepribadian tersebut, mempromosikan produk melalui media sosial, dan mengkompilasikan barang-barang yang sesuai dengan hasil tes kepribadian sehingga hadiah menjadi lebih relevan dan bermakna.

Nilai utama (*Value Proposition*) yang ditawarkan kepada pelanggan adalah *giftbox* yang terasa lebih personal karena disesuaikan dengan hasil kuis kepribadian via website. *Personality Giftbox* akan menjadi produk utama untuk memecahkan masalah pelanggan yang merasa kesulitan untuk menentukan hadiah yang memiliki relasi antar barang dengan si penerima karena setiap produk Box Of You memiliki *meaning* atau *gift philosophy*. Box Of You ingin dikenal sebagai penyedia *giftbox* berkualitas tinggi dengan produk yang unik. Box Of You juga menyediakan solusi hadiah yang tepat untuk setiap individu dan acara, sehingga Box Of You akan selalu *update* terhadap tren ataupun *event* yang ada. Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relationships*) dijaga melalui layanan pelanggan yang tersedia via WhatsApp, serta dengan memberikan diskon khusus pada hari raya untuk menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Target utama (*Customer Segments*) dari bisnis ini adalah individu berusia 20–28 tahun yang aktif di media sosial, mengutamakan hubungan emosional saat memberi hadiah, familiar dengan tren *personality*, dan mencari cara yang menarik untuk mengekspresikan kasih sayang atau penghargaan. Target sekunder adalah generasi milenial berusia 28–35 tahun yang membutuhkan hadiah praktis untuk teman atau pasangan tanpa harus bingung atau menghabiskan banyak waktu memilih isi hadiah. Sumber daya utama (*Key Resources*) yang dimiliki Box Of You mencakup *giftbox* berkualitas, merchandise berkualitas, packaging berkualitas, dan dukungan dari tim IT. Ketiga elemen ini sangat penting untuk memastikan bahwa baik produk fisik maupun pengalaman digital berjalan dengan optimal.

Produk dan layanan (*Channels*) disalurkan melalui platform *e-commerce*, website resmi, media sosial, serta iklan digital (*digital advertising*). Strategi multi-channel ini bertujuan untuk menjangkau pelanggan secara efektif di berbagai titik kontak digital. Struktur biaya (*Cost Structure*) mencakup pengeluaran untuk produk dan kemasan berkualitas, kerja sama dengan Cadreist, biaya merchandise, dukungan IT, dan sumber daya manusia. Pengelolaan biaya yang efisien di seluruh komponen ini penting untuk menjaga margin keuntungan yang sehat. Sumber pendapatan (*Revenue Streams*) bisnis berasal dari penjualan langsung yang dilakukan melalui platform *e-commerce* dan website resmi mereka. Pemetaan BMC

ini mendukung bisnis dapat berjalan lebih terarah dan memiliki strategi yang jelas untuk bertumbuh serta bersaing di pasar.

2.3 Deskripsi Perusahaan

Box Of You merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *gifting* dan personalisasi hadiah. Box Of You didirikan pada bulan Maret 2024 oleh empat anggota yaitu Felisa Sandra, Owen Montana, Celica, dan Elmo Chang You Shen. Berawal dari kesadaran akan pentingnya sebuah hadiah yang tidak hanya bernilai material, tetapi juga memiliki makna dan cerita di baliknya, Box Of You hadir sebagai solusi bagi mereka yang ingin memberikan sesuatu yang lebih dari sekadar barang, melainkan sebuah kenangan yang dapat bertahan lama. Bisnis kreatif ini hadir dalam bentuk produk dan website untuk program MBKM Cluster Kewirausahaan yang berkolaborasi dengan Skystar Ventures.

Dalam perjalanan bisnisnya, Box Of You akan terus berkembang dengan mengutamakan kepuasan *customer* melalui berbagai inovasi produk dan layanan. Komitmen ini sejalan dengan visi perusahaan untuk menjadi layanan penyedia hadiah yang dapat memuaskan preferensi setiap orang. Dengan misi opsi personalisasi yang beragam, Box Of You berupaya memberikan pengalaman unik dalam setiap produk yang dihasilkan.

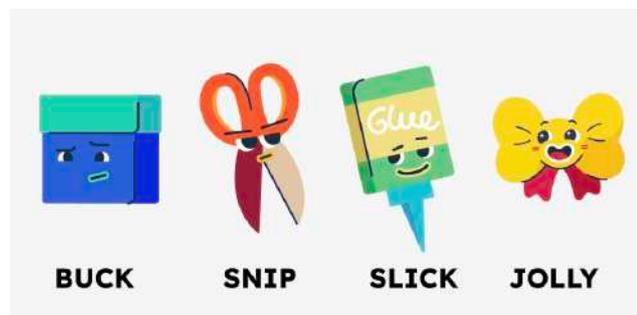
Pembentukan *brand identity* dari Box Of You diawali dengan pembuatan *mindmap*, untuk menentukan *brand personality*, *brand mantra*, *keywords*, *tone of voice* sesuai dengan *brand image* yang ingin dibangun. Dengan menyediakan opsi personalisasi yang luas, Box Of You membantu pelanggan menciptakan hadiah yang tidak hanya indah, tetapi juga penuh makna dan emosi. Oleh karena itu, *brand personality* dari Box Of You adalah *Sincerity*, *Wholesome*, *Sentimental*, *Warm*, *Helpful*. Latar belakang pendirian Box Of You didasari oleh pemahaman bahwa setiap orang adalah tokoh utama dalam kehidupannya, dengan keunikan dan preferensinya sendiri. Hadiah yang diberikan seharusnya mencerminkan kepribadian penerima serta momen spesial yang ingin dikenang. Sehingga Brand Mantra Box Of You adalah *Thoughtful*, *Exciting*, *Unforgettable*, *Personal*, *Custom*. Nama Box Of You merupakan bahasa inggris dari “Box tentang kamu” yang

memiliki arti bahwa setiap *giftbox* dan barang yang disediakan didalamnya memiliki arti masing – masing yang berkaitan dengan karakter si penerima.



Gambar 2.5 Logo Box Of You

Logo dari Box Of You dilambangkan dengan bentuk pita yang membentuk huruf “U” yang merupakan singkatan dari kata “You”. Penggunaan *typeface sans serif* juga digunakan untuk menggambarkan kesan logo yang lebih *modern, fresh,* dan *timeless*. Logo *wordmark* ini merupakan logo utama dari Box of You. Color palette yang digunakan merupakan hasil diskusi bersama advisor, dimana kelompok penulis disarankan untuk memilih warna yang terang seperti oranye, pink, atau ungu. Advisor juga menyarankan penulis untuk membaca buku tentang teori warna yang cocok untuk brand giftshop.



Gambar 2.6 Brand Mascot Box Of You

Selanjutnya, *Brand Mascot* juga menjadi bagian dalam *Brand Identity* Box Of You. Terdapat 4 karakter yang digunakan sebagai aset visual kebutuhan branding maupun marketing Box Of You. Keempat karakter ini di desain dengan gaya *flat design* dari berbagai bentuk benda yang dibutuhkan untuk membungkus kado, yakni box, gunting, lem dan pita. Setiap karakter memiliki kepribadian atau arti yang berbeda – beda yang melambangkan setiap variasi *personality giftbox*.

Sebagai bagian dari program MBKM *Cluster Kewirausahaan*, Box Of You akan terus mengembangkan bisnisnya dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan strategis. Proses ini melibatkan pemetaan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), serta asistensi berkala dengan dosen pembimbing eksternal dan internal untuk memastikan keberlanjutan serta daya saing usaha di pasar.

2.4 Struktur Perusahaan

Setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang telah disesuaikan dengan keahlian serta bidang yang dikuasai. Pembagian peran ini bertujuan untuk memastikan efektivitas kerja tim dalam merealisasikan ide bisnis yang telah dipilih. Setiap anggota memiliki *jobdesk* yang spesifik guna mendukung keberlanjutan serta pengembangan bisnis, mulai dari strategi pemasaran, pengelolaan operasional, hingga pengembangan produk.

Berikut adalah peta peran masing-masing anggota dalam tim MBKM *Cluster Kewirausahaan*:

1. Felisa Sandra, CEO, *Product Manager* : Memimpin dan mengarahkan jalannya bisnis agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan, Mengelola proses perancangan dan pengembangan produk, termasuk *giftbox* dan fitur kustomisasi, Mengawasi pengembangan *personality quiz* dan implementasi ke dalam platform, Berkoordinasi dengan tim untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar, Meninjau masukan pengguna dan membuat evaluasi produk, Menjamin kualitas setiap *giftbox* yang dirancang sesuai kebutuhan customer.
2. Elmo Chang You Shen, CTO, *UI & UX Designer* : Mengelola aspek teknis dan digital dalam bisnis, Merancang desain *interface* website, Mengarahkan perkembangan website, Mengintegrasikan fitur *personality quiz* dan opsi kustomisasi ke dalam website, Memastikan website responsif, aman, dan mudah digunakan di berbagai perangkat. Berkolaborasi dengan tim kreatif untuk memastikan pengalaman visual yang optimal.

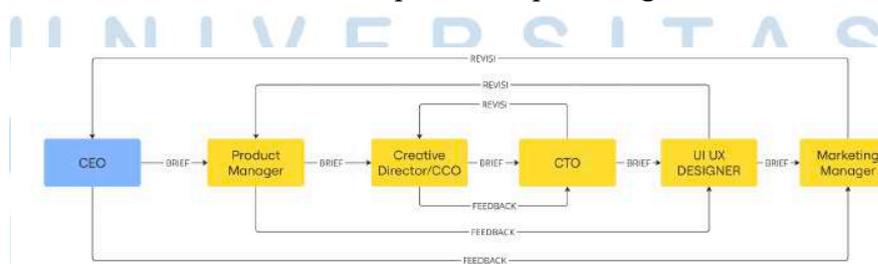
3. Celica, CMO, *Marketing Manager* : Menyusun strategi pemasaran digital melalui media sosial, email marketing, dan kolaborasi dengan influencer, Mengelola kampanye promosi untuk memperkenalkan fitur unik seperti *personality quiz* dan *zodiac box*, Memastikan konten pemasaran mencerminkan nilai brand Box of You, Menggunakan data analitik untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran, Menjalin kerja sama dengan perusahaan lain untuk memperluas jaringan dan peluang B2B.
4. Owen Montana, CCO, *Creative Director* : penjabaran peran dan *jobdesc* dalam tim MBKM Cluster Kewirausahaan, Bertanggung jawab atas pengembangan identitas visual *brand*, termasuk desain website, media sosial, dan *giftbox*, Membuat konsep visual untuk kampanye pemasaran, seperti iklan digital dan konten media sosial, Mendesain elemen grafis yang mencerminkan personalisasi produk, seperti ilustrasi untuk hasil *personality quiz*, Berkolaborasi dengan tim marketing untuk menghasilkan konten kreatif yang menarik dan informatif, Memastikan bahwa setiap elemen desain sesuai dengan tema dan positioning Box of You.



Gambar 2.7 Struktur Perusahaan Box Of You

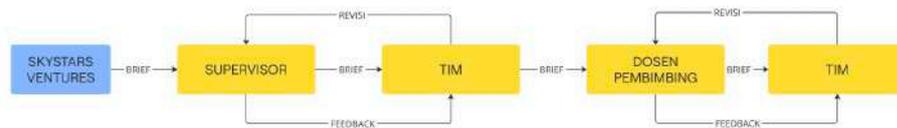
2.5 Alur Kerja Perusahaan

Alur kerja perusahaan dimulai oleh CEO yang akan mengatur dan mengarahkan rencana serta tindakan yang perlu dilakukan. Alur kerja dan koordinasi antara tim Box Of You dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 2.8 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

Setelah itu, alur kerja dilanjutkan dengan koordinasi antara tim pelaksana Program MBKM Kewirausahaan Skystar Ventures dengan Supervisor dan Dosen Pembimbing Internal, alur koordinasi tim dapat dilihat dalam diagram berikut:



Gambar 2.9 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan jangka panjang atas ide bisnis yang akan dijalankan serta disiapkan dalam 1 semester program MBKM Cluster Kewirausahaan demi menunjukkan keberlanjutan usaha dijelaskan dalam bentuk:

1. *Pirate Metrics*

Dave McClure, pendiri 500 Startups, memperkenalkan istilah *Pirate Metrics (AARRR)* pada 2007 untuk membantu *startup* memahami lima *Metrics* kunci bisnis meliputi *acquisition*, *activation*, *retention*, *referral*, dan *revenue*. *Metrics* ini penting untuk mengukur pertumbuhan dan keberhasilan bisnis secara berkelanjutan dan terukur.

- a. *Acquisition*, customer melihat konten Box Of You hingga akhir.
- b. *Activation*, customer melihat mengisi *personality quiz*, membeli produk yang disarankan oleh Box Of You.
- c. *Retention*, customer membeli kedua kalinya, untuk orang dan acara yang berbeda.
- d. *Refferal*, customer upload story product Box Of You yang diterima dan tag instagram.
- e. *Revenue*, Box Of You mendapat revenue dari pembelian ulang giftbox.

2. *North Star Metric*

North Star Metric (NSM) adalah *metric* tunggal yang menyatukan seluruh tim menuju tujuan bersama dengan mengukur nilai utama yang diberikan produk atau layanan kepada pelanggan. Dipopulerkan oleh Sean

Ellis, NSM menjadi kompas bagi perusahaan dalam mencapai misi utamanya (Brameld, 2025). *North Star Metrics* Box Of You ditandai dengan pembelian Box Of You kembali atau kedua kali untuk orang maupun *event* yang berbeda.

3. *Break Even Point* (BEP)

Salah satu faktor yang dianalisis dalam studi kelayakan bisnis adalah aspek keuangan dari gagasan usaha yang dijalankan, hal ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam mengambil keputusan berdasarkan kajian potensi serta risiko dari setiap pemasukan maupun pengeluaran. Oleh karena itu Box Of You merancang *cashflow* yang mampu mencapai *Break Even Point* (BEP). Rincian biaya serta *cashflow* selama 1 tahun kedepan sebagai kelayakan usaha produk Box Of You dijabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan Biaya Tetap Box Of You

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

Setelah perhitungan biaya tetap penjualan produk Box Of You sebesar Rp192.276.000, terdapat perhitungan biaya variabel (tidak tetap) sebesar Rp100.000 seperti yang telah dirincikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.2 Tabel Perhitungan Biaya Tidak Tetap Box Of You

Variable Cost (Biaya Tidak Tetap)		
No.	Jenis Biaya	Biaya
1.	Bahan baku produk dan <i>Packaging</i>	92.000
2.	<i>Packing</i>	8.000
3.	<i>Admin E-Commerce</i> dan Perpajakan (Shopee & Tiktok Shop) (12%)	Rp23.000
Total		Rp123.000

Berdasarkan *fixed cost*, *variable cost* dan pendapatan bersih Box Of You, kelompok penulis menggunakan metode perhitungan *Break Even Point* (BEP) dalam rupiah dengan rumus sebagai berikut:

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

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

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

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

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

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

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

$$BEP (rupiah) = 18.310.000$$

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

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

Berdasarkan hasil perhitungan BEP tersebut, Box Of You perlu meraih keuntungan sebesar Rp18.310.00 atau penjualan sebanyak 148 unit *personality giftbox* per bulan atau Rp219.720.000 dan 1788 Unit per tahunnya agar dapat mencapai titik impas (*Break Even Point*). Box Of You akan memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian jika mencapai keuntungan tersebut.

