

RINGKASAN EKSEKUTIF

Memberikan hadiah kepada orang terdekat untuk menunjukkan rasa kasih sayang bukan merupakan hal yang asing dalam kehidupan makhluk sosial. Studi yang telah dilakukan juga menunjukkan bahwa aktivitas pemberian hadiah merupakan kelakuan yang bahari dan memiliki beberapa kegunaan seperti komunikasi, pertukaran sosial & ekonomi, dan sosialisasi. Dalam memutuskan untuk melakukan pembelian sebuah produk sebagai hadiah, calon pembeli biasanya akan mempertimbangkan beberapa alternatif dan mencari informasi sebelum memutuskan untuk membeli.

HADO merupakan layanan penyedia hadiah online yang menjual berbagai variasi produk yang dikemas dalam sebuah kotak hadiah dengan ciri khas HADO sendiri. Layanan bisnis ini memungkinkan pembeli untuk melakukan personalisasi kotak hadiah dengan jasa ekstra seperti cetak foto polaroid dan kartu ucapan akrilik sebagai nilai jual uniknya. Salah satu fitur yang diandalkan oleh HADO dalam mendapatkan calon konsumennya adalah *speed* dan *dependability*, dimana HADO memastikan bahwa aktivitas memberikan hadiah menjadi sebuah hal yang mudah dan tidak ruwet.

Dalam mencapai kepuasan konsumen, HADO juga melakukan beberapa kolaborasi dengan merek lokal sebagai rekan untuk mengisi varian produk dalam kotak hadiah. Produk HADO tersedia dalam 2 ukuran dengan warna hitam dan putih, serta ciri khas kotak hadiah sendiri dengan variasi warna pita dan *tag* logo yang terbuat dari akrilik. Produk dan layanan yang tersedia untuk melengkapi kotak hadiah dapat berupa kustom foto *polaroid*, kartu ucapan akrilik, buket bunga, parfum, sabun *natural*, peralatan makan *eco-friendly*, *gameboy*, buku jurnal, biji kopi, dan sebagainya. Harga yang dijual untuk satu kotak hadiah berkisar Rp249.000,00 hingga Rp399.000,00.

Nilai utama yang dipegang oleh perusahaan HADO dapat ditunjukkan dalam bentuk 4C, yang merupakan "*Customer-focused, Connected, Convenience, dan Consistency*". HADO berharap bahwa anggota perusahaan selalu mempertimbangkan nilai tersebut sebelum mengambil sebuah keputusan atau tindakan. Dengan adanya

layanan bisnis HADO, perusahaan ingin pembeli mendapatkan sebuah kepastian dan kemudahan dalam melakukan aktivitas pemberian hadiah. Melalui visi tersebut, HADO menyusun perencanaan pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia untuk merealisasikan sebuah layanan bisnis yang berhasil dalam segi finansial hingga non-finansial.

Secara finansial, HADO memulai usahanya dengan modal berjumlah 12 juta rupiah. Proyeksi keuangan menunjukkan bahwa HADO akan mencapai titik *Breakeven Point* pada bulan ke-7, yaitu Oktober 2020. HADO juga memiliki tingkat ROE yang baik dengan 234.38% untuk tahun pertama berdasarkan proyeksi yang disusun. Selain itu, dari total akumulasi *operating cash flow*, *Payback Period* akan terealisasi pada bulan Januari 2021. Pada akhirnya, *Net Income* yang dihasilkan berdasarkan proyeksi selama tahun pertama hingga Februari 2021 berjumlah Rp28.623.394,00.

Kata Kunci: Pemberian Hadiah, Layanan Bisnis Kotak Hadiah, *Speed & Dependability*, 4C (*Customer-focused, Connected, Convenience, Consistency*), Kemudahan.



EXECUTIVE SUMMARY

Gift-giving as a method of showing love is not an uncommon thing for social beings. In fact, studies show that the act of gift-giving is a primordial act for humans, carrying some purposes like communication, social & economy trading, and socialization. In order to decide which products to buy for gifts, prospective buyers often will consider several alternatives while constantly doing information search before coming to a final decision to buy.

HADO is an online service business that focuses on gift box as its main product. This business provides its customers to experience product personalization throughout the process of gift-selecting with polaroid photo services and greeting cards that are made of acrylic as its unique selling point. Other features that the business pays huge attention to are speed and dependability, where HADO wishes to make sure that the act of gift-giving is to be done with convenience.

In order to reach customer satisfaction, HADO is also involved in collaborations with local brands as partners, where they add product variants for HADO's signature gift box. The product itself comes in 2 sizes and is available in white and black, with the additional colours provided in the form of ribbons and its signature acrylic-made tag logo. Products that complement the gift box include polaroid photos, acrylic greeting cards, flower bouquets, perfume, natural soap, eco-friendly cutlery, gameboy devices, journal books, coffee beans, etc. Prices range from Rp249.000,00 to Rp399.000,00 for each product.

The main value that HADO holds dearly could be explained in the form of 4C, which are "Customer-focused, Connected, Convenience, dan Consistency". HADO hopes that members of the company always hold and consider these values in taking actions for the company. The main purpose of the business is for customers to be able have the feeling of certainty and convenience in the act of gift-giving. Through this main vision, HADO has worked up marketing, operational, financial, and employment plans to help the business grows and reach its goals, whether it is financially or non-financially.

Financially speaking, HADO started its business with 12 million rupiah in cash. Financial projection shows that HADO will reach its *Breakeven Point* in October 2020, the 7th month of business operation. HADO also shows a great ROE at 234.38% in its first year operating. In addition, referring to the total of accumulated *operating cash flow*, HADO will reach its *Payback Period* in January 2021. Lastly, according to the projected income statement, HADO will generate a total of Rp28.623.394,00 in *Net Income* at the end of February 2021.

Key Words: Gift-giving, Gift Box Business Service, Speed & Dependability, 4C (Customer-focused, Connected, Convenience, Consistency), Convenient.

