

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Di era yang semakin modern ini, menjaga hubungan sosial menjadi sebuah hal yang semakin diprioritaskan banyak orang. Sosial media menyadarkan manusia bahwa hal esensial yang dibutuhkan dalam diri mereka adalah interaksi sosial antar sesama manusia itu sendiri. Manusia menjadi lebih berusaha untuk melakukan sesuatu dalam menjalin hubungan dengan relasinya, salah satunya dengan melakukan kejutan pada acara-acara tertentu yang sifatnya personal. Memberikan kejutan dapat membuat sebuah momen menjadi lebih berkesan dan memberikan dampak yang positif untuk mempererat hubungan pemberi dan penerimanya. Sayangnya, banyak orang merasa melakukan *surprise* tidak praktis karena harus membeli bahan di tempat yang terpisah-pisah, terutama bagi orang yang memiliki keterbatasan waktu. Oleh karena itu, Tim Penulis melihat adanya peluang untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

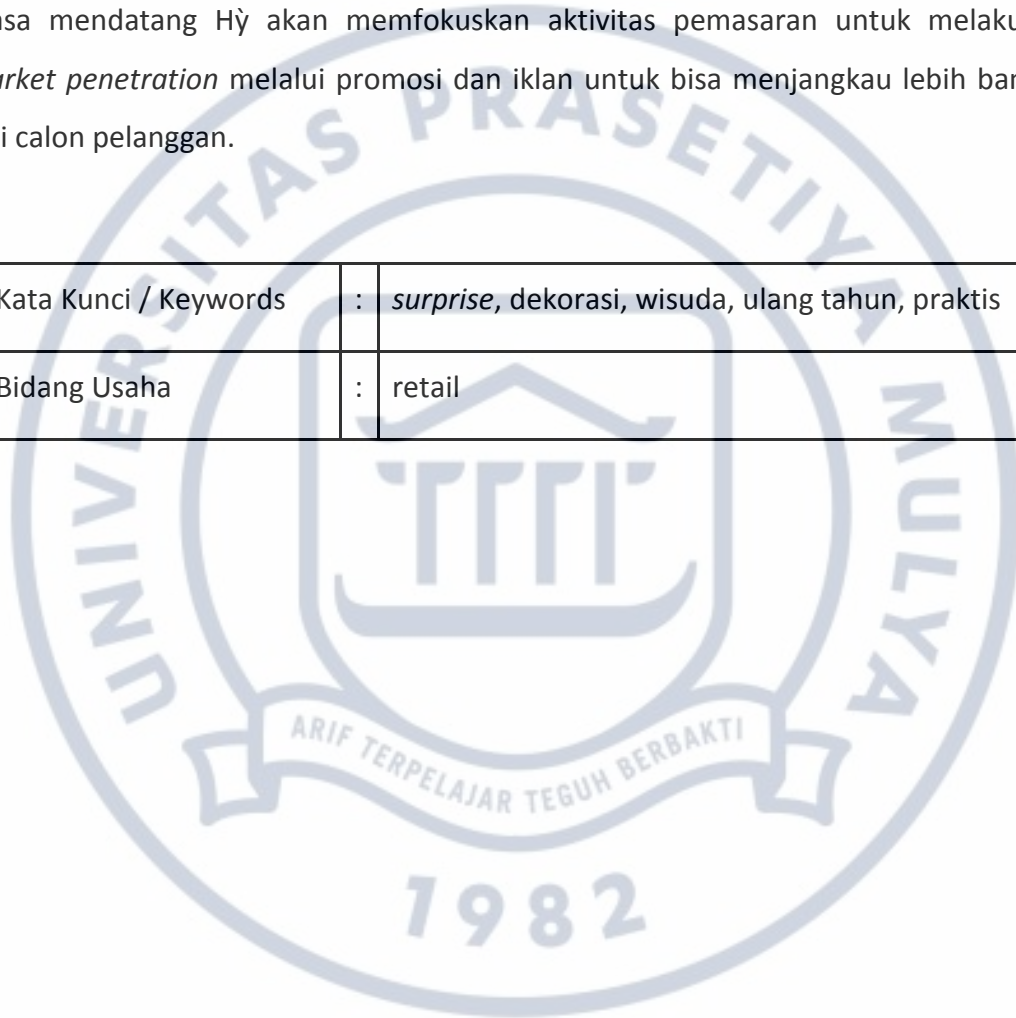
Hý Surprise merupakan bisnis daring yang mengusung nilai kepraktisan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, dimana pelanggan tak lagi perlu untuk susah-susah mencari barang di tempat yang berbeda untuk melakukan *surprise* karena Hý berperan sebagai *one stop shop*. Hý memiliki visi untuk menjadi perusahaan penyedia barang-barang kejutan paling dikenal dan diandalkan di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan strategi beserta tujuan dan sasaran perusahaan yang tepat. Dari sisi pemasaran, Hý telah mencapai penjualan sebesar Rp. 10.908.500,00 selama periode penjualan 1 April 2019 sampai 31 Juli 2019, dan telah menjangkau lebih dari 40 konsumen di daerah Tangerang Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, dan sekitarnya. Hal ini dapat dicapai dengan adanya promosi terutama secara *online* dan *word of mouth marketing* dengan menggunakan *Happiness Officer*.

Dari sisi operasional, divisi operasi berhasil memesan setiap pesanan 100% dan juga telah melakukan 2 (dua) pengembangan produk yaitu paket wisuda dan dekorasi. Divisi sumber daya manusia berhasil menerapkan nilai-nilai dan budaya perusahaan melalui berbagai kegiatan salah satunya yaitu *bonding*. Secara keuangan, Hý berhasil mencapai keuntungan operasionalnya pada bulan keempat. Setelah

empat bulan beroperasi, divisi keuangan juga berhasil menurunkan *cost of goods sold* sekitar 15%.

Persaingan di industri dimana Hỳ berada cukup ketat, dengan adanya banyak kompetitor yang sudah jauh lebih *established*. Meskipun demikian, pasar di Indonesia masih menyediakan banyak potensi dan peluang bagi Hỳ untuk berkembang dengan banyaknya segmen yang belum terjangkau. Oleh karena itu, di masa mendatang Hỳ akan memfokuskan aktivitas pemasaran untuk melakukan *market penetration* melalui promosi dan iklan untuk bisa menjangkau lebih banyak lagi calon pelanggan.

Kata Kunci / Keywords	:	<i>surprise</i> , dekorasi, wisuda, ulang tahun, praktis
Bidang Usaha	:	retail



## EXECUTIVE SUMMARY

In this increasingly modern era, safeguarding social relations has become a matter of priority for many people. Social media makes people become aware that interaction between fellow human beings is an essential thing required by us. Humans put efforts more than before to do something to nurture their relationships, one of them is by doing surprises on certain events that are personal. Providing a surprise can make a moment more memorable and have a positive impact on strengthening the relationship between the giver and the recipient. Unfortunately, many people find doing surprises is impractical because they have to buy materials in separate places, especially for people who have limited time. Therefore, the authors saw an opportunity to resolve the issue.

Hỳ Surprise is an online business that carries the value of practicality and speed in providing services to customers, where customers no longer need to bother looking for goods in different places to do a surprise because Hỳ acts as a one stop shop. Hỳ has a vision to become the most recognized and reliable provider of surprise goods throughout Indonesia. Therefore, a strategy is needed along with the company's goals and objectives. From the marketing side, Hỳ has achieved sales of Rp. 10,908,500.00 during the period of 1 April 2019 to 31 July 2019, and has reached more than 40 consumers in the area of South Tangerang, West Jakarta, Central Jakarta, as well as the surrounding areas. This can be achieved by promoting especially through online and word of mouth marketing using Happiness Officer.

From the operational side, the operations division has successfully fulfilled 100% of the order and has also carried out 2 (two) product developments namely graduation packages and decoration packages. The human resources division has successfully implemented corporate values and culture through various activities, one of which is bonding. Financially, Hỳ managed to reach the breakeven point in operational day to day, which is in the fourth month. After four months of operation, the financial division also succeeded in reducing the cost of goods sold by around 15%.

Competition is quite tight in this industry, with many competitors already far more established. Even so, the market in Indonesia still provides a lot of potential and opportunities for Hỳ to develop with many unreached segments. Therefore, in the future Hỳ will focus on marketing activities to conduct market penetration through promotions and advertisements to be able to reach more potential customers.

Keywords	:	<i>surprise, decoration, graduation, birthday, practical</i>
Field of Business	:	retail

