

RINGKASAN EKSEKUTIF

Momen-momen membahagiakan dalam kehidupan seringkali dirayakan bersama orang-orang terdekat kita, baik dengan berbagi bingkisan ataupun dengan memberikan hadiah kepada yang merayakan. Pernikahan, kelahiran anak, ulang tahun, Hari Raya, dan kelulusan menjadi momen-momen membahagiakan yang biasanya dirayakan. Namun, seringkali masyarakat perkotaan tidak memiliki banyak waktu untuk mempersiapkan bingkisan tersebut.

Joy Hampers menjadi solusi bagi masyarakat moderen dalam mempersiapkan bingkisan. Joy Hampers merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembuatan bingkisan tematik atau yang biasa disebut *hampers* dan buket bunga dengan media penjualan *online* yang berbasis di Tangerang Selatan. Adanya kebutuhan akan bingkisan yang didukung oleh daya beli masyarakat Indonesia yang meningkat serta pesatnya pertumbuhan bisnis *online* meningkatkan peluang bagi pemain dalam industri bingkisan *online*. Dengan media penjualan *online* melalui situs dan sosial media, Joy Hampers dapat meraih pasar yang lebih luas.

Dalam memasarkan produknya, ibu rumah tangga dan remaja yang berada di wilayah Jakarta dan Tangerang menjadi target utama Joy Hampers. Kedua wilayah tersebut menjadi fokus utama Joy Hampers dalam melakukan peningkatan *brand awareness* pada dua tahun pertama. Kreativitas, pelayanan yang ramah, dan fleksibilitas baik kuantitas maupun anggaran menjadi hal-hal pembeda yang diunggulkan Joy Hampers kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan

prioritas utama bagi Joy Hampers. Oleh karena itu, keramahan pelayanan dan kualitas produk selalu diutamakan.

Dalam dua tahun pertama, Joy Hampers diproyeksikan mampu menjual sebanyak 3.200 unit *hampers* dan buket bunga dengan potensi pendapatan sebesar hingga Rp 673.000.000. Dengan memperluas target pasar hingga ke Bandung, Semarang, Solo, dan mengembangkan strategi *Business to Business* (B2B) dalam tiga tahun berikutnya, Joy Hampers terus tumbuh dan meningkatkan penjualan hingga Rp 2,5 Miliar dengan pendapatan bersih mendekati angka Rp 1 Miliar pada tahun kelima.

Modal awal yang digunakan untuk memulai bisnis Joy Hampers adalah sebesar Rp 15.000.000. Analisis kelayakan usaha Joy Hampers dilihat dari proyeksi keuangan lima tahun dengan menggunakan pendekatan teori *Net Cash Flow* (NCF). Dalam kondisi *pessimistic*, nilai *Net Present Value* (NPV) Joy Hampers adalah sebesar Rp 473.947.746 dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 137% dengan *payback period* selama 3 tahun. Pada kondisi normal (*most likely*), Joy Hampers memiliki nilai NPV sebesar Rp 915.138.040 dan IRR sebesar 255% dengan *payback period* kurang dari 1 tahun. Sementara kondisi *optimistic* menunjukkan nilai NPV sebesar Rp 1.356.328.334, IRR sebesar 356%, dan *payback period* selama kurang dari 1 tahun. Oleh karena itu, bisnis ini layak dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

Precious moments in our lives are usually spent with those closest to us, may it be in the form of sharing hampers or giving presents to the person that is celebrating. Weddings, giving birth, birthdays, public holidays, and graduations are precious moments that are usually celebrated. However, often urban residents do not have the time to prepare the parcel.

Joy Hampers is a solution to modern people in preparing parcels. Joy Hampers is based in South Tangerang and uses online media to provide services in the creation of themed parcels, also often called hampers, and bouquet. The online hampers opportunity is supported by a strong demand that is came about from fast growth purchasing power and online businesses/transactions in Indonesia. Through online website and social media, Joy Hampers is able to achieve a higher market share.

In marketing Joy Hamper's products, housewives and teenagers in Jakarta and Tangerang are the main targets. Those two areas become the main focus in the effort to build brand awareness in the next two years. Creativity, friendly service, and flexibility – in both quantity and budget – are Joy Hamper's main differentiating factors in the eyes of the consumers. Customer satisfaction is a key priority to Joy Hampers, as a result, friendly service and product quality are always prioritized.

Within the first two years, Joy Hampers expect to be able to sell as much as 3,200 units of hampers and bouquets with potential income up to 673 million IDR. By expanding the target market to Bandung, Semarang, Solo, and developing a

Business-to-Business (B2B) strategy in the following three years, Joy Hampers can continue to grow and raise sales up to 2.5 billion IDR and net profit close to 1 billion IDR in the fifth year.

Joy Hampers was initiated with initial investment from the owners with the total capital 15 million IDR. The feasibility studies of Joy Hampers are based on projected 5 years financial statement using Net Cash Flow (NCF) approach. On pessimistic condition, the value of Net Present Value (NPV) of Joy Hampers is 473,947,746 IDR and the value Internal Rate of Return is 137% with payback period for 3 years. On most likely condition, the NPV of Joy Hampers is 915,138,040 IDR with 255% of IRR and Payback Period less than 1 year. Meanwhile, optimistic condition shows NPV reached 1,356,328,334 IDR, 356% of IRR, and less than 1 year of payback period. As a result, this is a good business to run.