

ITS YOUTH TECHNOPRENUER

Tahun 2022



PROPOSAL RANCANGAN BISNIS

Judul:

Jasa Layanan Pembuatan *Wedding Invitation* Berbasis Website Digital sebagai
Bentuk Pembaharuan dan Membangun *Trend Baru*

Anggota Tim

KETUA	: Muhammad Febriansyah	(5025211164)
ANGGOTA	: Eka Yofa Prasetyo	(5009211041)
	Eka Pratiwi Ariyanti	(5009201161)
	Muhammad Zidane Fatuna Albab	(5009211068)

Subdit Pengembangan Kewirausahaan dan Karir Mahasiswa


Direktorat Kemahasiswaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya

LEMBAR PENGESAHAN ITS YOUTH TECHNOPRENEUR 2021

1. Judul Kegiatan : Jasa Layanan Pembuatan *Wedding Invitation* Berbasis Website Digital sebagai Bentuk Pembaharuan dan Membangun *Trend Baru*
2. Ruang Lingkup/bidang usaha : Teknologi Digital
3. Ketua Pengusul
 Nama Lengkap : Muhammad Febriansyah
 NIM/NRP : 5025211164
 Program Studi/Departemen : S1-Teknik Informatika
 Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
 No. Telepon/HP : 082144445148
 E-mail : rsyah1641@gmail.com
4. Jumlah Anggota Pengusul (orang) : 3
5. Dosen Pendamping
 Nama Lengkap, Gelar : Dyah Sawitri, S.T., M.T.
 NIP/NIDN : 197001011995122001 / 0001017026
 No. Telepon/HP : 081234614424
6. Lokasi Kegiatan/Usaha
 Kelurahan/Kec : Sukolilo
 Kabupaten/Kota : Surabaya
 Provinsi : Jawa Timur
7. Jangka waktu pelaksanaan (bulan) : 1 bulan
8. Biaya Total (Rp) : Rp6.805.000
 Sumber Dana ITS (Rp) :
 Sumber lain (Rp) :

	Surabaya, 22 Maret 2022 Ketua Pelaksanaan  <u>Muhammad Febriansyah</u> NRP. 5025211164
Dosen Pendamping <u>Dyah Sawitri, S.T., M.T.</u> NIP. 197001011995122001	Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan <u>Prof. Dr. Ir. Adi Soeprijanto, M.T.</u> NIP. 19640405 199002 1 001

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN ITS YOUTH TECHNOPRENEUR 2021	2
DAFTAR ISI.....	3
RINGKASAN EKSEKUTIF	4
BAB 1 GAMBARAN BISNIS	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Gambaran Produk.....	5
1.3 Visi dan Misi Bisnis	6
1.4 Analisis SWOT.....	6
BAB 2 STRUKTUR PERUSAHAAN	7
2.1 Struktur Organisasi.....	7
2.2 Pengelolaan SDM.....	7
BAB 3 OPERASIONAL.....	8
3.1 Alur Pembuatan Produk	8
3.2 Alat dan Bahan yang Dibutuhkan.....	8
3.3 Cara Penggunaan	9
BAB 4 STRATEGI PEMASARAN DAN METODE PROMOSI	10
4.1 Peluang Bisnis	10
4.2 Target Pasar	10
4.3 Analisis Kompetitor	10
4.4 Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	10
4.5 Analisi 4P	10
BAB 5 KEUANGAN.....	11
5.1 Investasi Awal	11
5.2 Proyeksi Keuangan (<i>Cashflow</i>).....	11
5.3 B/C Ratio.....	11
LAMPIRAN.....	12

RINGKASAN EKSEKUTIF

Proposal bisnis berjudul “**Jasa Layanan Pembuatan *Wedding Invitation* Berbasis Website Digital sebagai Bentuk Pembaharuan dan Membangun *Trend Baru***” disusun untuk mengikuti lomba ITS YOUTH TECHNOPRENEURSHIP 2022. Pandemi COVID-19 mengakibatkan beberapa permasalahan di masyarakat, salah satunya pernikahan. Terdapat angka penurunan minat pernikahan di tahun 2020 sebesar 9,14% dari tahun 2019. Yang mana hal ini berkaitan dengan memburuknya ekonomi masyarakat (Muhyidin, 2021). Selain itu, pandemi juga mendorong masyarakat untuk secepatnya beradaptasi dengan dunia digital dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari TIM MUMU memiliki ide untuk menciptakan platform MEMO-U. MEMO-U merupakan platform penyedia jasa pembuatan wedding invitation berbasis digital dalam bentuk website. Adapun beberapa fitur dalam platform ini diantaranya *cover page*, informasi mempelai (nama mempelai dan nama keluarga), informasi pernikahan (tempat dan waktu pernikahan), *love story*, *background* musik, *G-maps* lokasi, *live streaming* pernikahan, galeri foto dan video, amplop digital, *countdown* pernikahan, serta reservasi kehadiran. Sedangkan, jenis paket yang ditawarkan pada bisnis antara lain paket *basic* seharga Rp100.000, paket spesial seharga Rp150.000, dan paket premium seharga Rp250.000. Tahapan operasional dalam pembuatan MEMO-U adalah menentukan ide bisnis, kemudian pembuatan prototype, pembuatan platform, promosi, dan evaluasi. Promosi dilakukan melalui iklan pada media sosial dan influencer. Investasi awal yang diperlukan dalam bisnis ini adalah sebesar Rp2.005.000. Pemasukan bisnis ini berasal dari penjualan produk dan bagi hasil dengan EO Wedding sebesar 20%.

BAB 1

GAMBARAN BISNIS

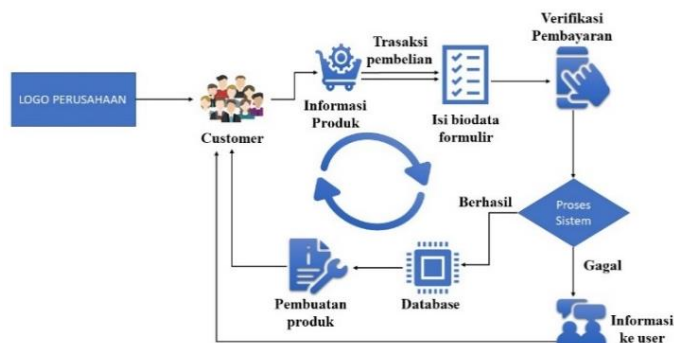
1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 mendorong masyarakat beradaptasi di era digital secepat mungkin di segala aspek kehidupan. Dengan digitalisasi teknologi, banyak permasalahan di kehidupan yang dapat diselesaikan secara efisien. Hal tersebut juga tidak luput dari masalah pernikahan, meskipun pada tahun 2020 minat pernikahan sedang menurun sebesar 9,14% dari tahun 2019. Penurunan tersebut merupakan dampak dari guncangan yang luar biasa dari aspek ekonomi sehingga calon mempelai memutuskan untuk menunda pernikahan yang sebelumnya direncanakan (Muhyidin, 2021).

Guncangan ekonomi ini menyebabkan tidak terpenuhinya aspek-aspek materi yang dibutuhkan saat pernikahan salah satunya adalah undangan pernikahan. Dilansir dari woke.id, harga dari undangan hardcover dengan asumsi jumlah tamu undangan sebanyak 100 orang yakni berkisar antara Rp. 550.000-Rp. 1.150.000 dan belum termasuk biaya lainnya. Maka dari itu, perlu adanya bentuk media lain untuk menggantikan undangan konvensional sehingga dapat memangkas biaya pernikahan, dan juga lebih efektif dari segi waktu serta jarak. Undangan pernikahan berbasis digital, merupakan salah satu bentuk media yang dapat digunakan untuk menggantikan undangan konvensional. Dengan biaya yang relatif lebih murah, hal tersebut dapat menggantikan fungsi tersendiri dari undangan konvensional.

1.2 Gambaran Produk

MEMO-U merupakan *platform* penyedia jasa pembuatan wedding *invitation* berbasis digital dalam bentuk *website*.



Adapun beberapa fitur undangan digital diantaranya *cover page*, informasi mempelai (nama mempelai dan nama keluarga), informasi pernikahan (tempat dan

waktu pernikahan), *love story*, *backsound* musik, *G-maps* lokasi, *live streaming* pernikahan, galeri foto dan video, amplop digital, *countdown* pernikahan, serta reservasi kehadiran. Saat ini, tampilan platform MEMO-U dapat diakses pada <https://pesanwedding.ggrhimo.com> dan direncanakan pengembangan lebih lanjut.

1.3 Visi dan Misi Bisnis

Visi dari MEMO-U adalah menjadi layanan inovasi dalam undangan digital berbasis *website* terbaik di Indonesia. Misi MEMO-U adalah memberikan fasilitas dan layanan yang prima kepada konsumen, serta meningkatkan inovasi teknologi yang bernilai tambah kepada pelanggan.

1.4 Analisis SWOT

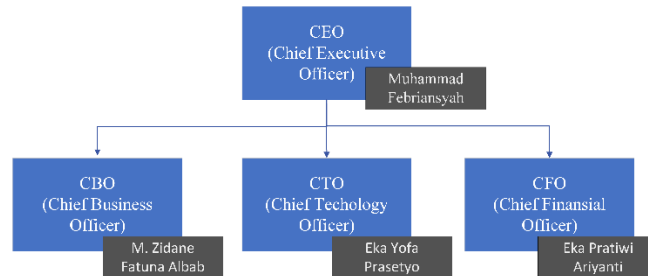
Adapun analisis SWOT dari bisnis MEMO-U adalah sebagai berikut.

STRENGHT	WEAKNESS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pilihan <i>design</i> undangan sesuai adat pernikahan 2. Harga lebih murah dari produk sejenis 3. Proses pengerjaan lebih singkat 4. Inovasi produk disesuaikan dengan perkembangan teknologi 5. Kemudahan dalam <i>custom</i> dan pemesanan 6. Ramah lingkungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan bisnis yang belum menjadi tren masyarakat 2. Lebih berpotensi untuk diakses tamu yang tidak diundang.
OPPORTUNITY	TREAT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gen Z dan millenial sebagai target pasar 2. Pengguna internet Indonesia terbanyak ke-3 di Asia 3. Teknologi digital yang selalu berkembang 4. Akibat pandemi masyarakat membutuhkan dana yang lebih terjangkau untuk pernikahan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing bisnis sejenis dengan fitur dan desain yang kompetitif 2. Kurang cocok diimplementasikan pada golongan tua.

BAB 2

STRUKTUR PERUSAHAAN

2.1 Struktur Organisasi



Bisnis MEMO-U memiliki beberapa pengurus inti seperti yang terlihat pada bagan. CEO (*Chief Executive Officer*) bertanggung jawab dalam menetapkan tujuan perusahaan, objektif bisnis dan mengawasi bisnis secara keseluruhan, serta tangan terakhir dalam pengambilan keputusan. CBO (*Chief Business Officer*) bertanggung jawab dalam pengembangan bisnis. CTO (*Chief Technology Officer*) berwenang dalam pengelolaan infrastruktur teknologi, pengawasan produk dan pengembangan inovasi produk. CFO (*Chief Financial Officer*) bertanggung jawab terhadap keuangan meliputi rencana dan anggaran, pelaporan dan analisis risiko keuangan perusahaan.

2.2 Pengelolaan SDM

Manajemen Sumber Daya manusia (MSDM) merupakan ilmu yang mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif untuk mencapai visi dari suatu perusahaan. MSDM didasari pada konsep bahwa setiap pekerja adalah manusia dan bukan mesin. Pada awal berdirinya MEMO-U, manajemen pengelolaan sumber daya dipegang oleh kami sebagai pemilik dan akan merekrut 2 *designer* serta 2 *programmer* sebagai tambahan tenaga untuk fitur *custom*. Perekrutan akan dilakukan saat MEMO-U telah mencapai 8 konsumen pada tiap bulannya dan akan bertambah dua orang jika telah memenuhi target pelanggan yang telah ditentukan. Klasifikasi yang kami butuhkan yakni lulusan SMA hingga lulusan kuliah yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan aplikasi desain seperti *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* atau memiliki kemampuan dalam *web development*. Gaji yang diterapkan bergantung pada kesulitan, lama pengerjaan, dan kualitas sesuai *custom* pelanggan.

BAB 3

OPERASIONAL

3.1 Alur Pembuatan Produk

Berikut merupakan gambaran alur pembuatan platform MEMO-U.



Penjelasan Tahapan

1. Menentukan ide bisnis : Ide bisnis ini dibuat berdasarkan target market yang besar yaitu generasi z dan milenial, permasalahan yang berada di masyarakat (undangan *bookcover*), dan peluang digitalisasi pada undangan.
2. Membuat *prototype* : Setelah menentukan ide, selanjutnya akan dilakukan pembuatan *prototype* untuk membuat gambaran dasar dan menentukan fitur pada platform MEMO-U.
3. Pembuatan *platform* : Setelah dibuat *prototype*, selanjutnya akan dilakukan pemograman dengan menggunakan bahasa HTML, CSS, JS, PHP dan MYSQLI menggunakan media Wordpress dan bantuan plugin untuk pembuatan platform.
4. Promosi : Setelah *platform* sudah berhasil dibuat dan tidak terjadi eror, maka *platform* akan dipublikasikan, kemudian dilakukan promosi melalui iklan pada media sosial dan *influencer* agar dapat digunakan oleh masyarakat Indonesia.
5. Evaluasi : Akan terdapat kritik dan saran saat *platform* sudah digunakan, oleh sebab itu dilakukannya evaluasi agar *platform* MEMO-U dapat menjadi lebih baik.

3.2 Alat dan Bahan yang Dibutuhkan

Dalam pembuatan MEMO-U, dibutuhkan *hosting* dan *domain platform*, perangkat desain *Affinity Designer*, serta jasa pemograman dan *designer*. Sedangkan pembuatan produk hanya membutuhkan *domain*, lisensi *weddingpress* untuk template undangan pernikahan dan jasa desainer dan programmer namun kedua jasa tersebut tidak banyak diperlukan karena lama pengerjaan pembuatan produk undangan termasuk singkat. Berdasarkan keterangan diatas modal yang diperlukan untuk pembuatan produk dan *platform* undangan dapat diminimalisir sehingga meningkatkan keuntungan penjualan.

3.3 Cara Penggunaan

MEMO-U merupakan sebuah platform berbasis *website*, sehingga *user* tidak perlu mendownload aplikasi tersebut serta dapat diakses oleh semua *device* pada link <https://pesanwedding.ggrhimo.com>. Ketika *user* membuka platform MEMO-U, akan ditampilkan berbagai informasi secara transparan mengenai informasi produk, cara pembelian dan berbagai informasi lainnya. Platform juga menyediakan fitur *chatbot* yang dapat terkoneksi dengan media sosial MEMO-U.

User dapat memilih tema desain yang ditawarkan sesuai keinginan mereka dengan berbagai fitur- fitur yang inovatif pada produk tergantung jenis paket yang dibeli berdasarkan kelengkapan fitur yang tersedia yaitu paket *basic* seharga Rp100.000, paket spesial seharga Rp150.000, dan paket premium seharga Rp250.000.

Setelah *user* memilih produk yang diinginkan selanjutnya *user* dapat melakukan pembelian secara langsung pada platform atau sosial media MEMO-U. *User* akan diberikan formulir yang berisi biodata mengenai paket yang dibeli, data mempelai, lokasi pernikahan, foto dan video mempelai, nomor kontak, dan informasi lainnya, agar dapat dilakukan pembuatan undangan digital.

Selanjutnya *user* dapat melakukan pembayaran. Untuk metode pembayarannya dapat digunakan berbagai metode seperti transfer bank, QRIS (OVO, Go-Pay, Shopeepay) atau melalui market seperti Indomart atau Alfamart. Setelah itu sistem *platform* akan melakukan validasi apakah *user* sudah melakukan pembayaran. Jika terdapat kesalahan dalam memasukkan data, kami akan segera memberitahukan *user* melalui informasi kontak yang sudah diberikan. Ketika *user* berhasil melakukan pembayaran maka kami akan memberikan informasi lebih lanjut melalui kontak yang tersedia pada formulir. Langkah berikutnya, *user* dapat melakukan kustomisasi dari tema desain yang dipilih seperti *background* warna, *font* tulisan, *cover*, *background* musik, dan lainnya melalui kontak kami yang lebih privat. Kemudian kami akan melakukan proses pembuatan sekitar 1-7 hari, dan selanjutnya akan dilakukan evaluasi oleh *user* apakah produk undangan sudah sesuai atau tidak.

BAB 4

STRATEGI PEMASARAN DAN METODE PROMOSI

4.1 Peluang Bisnis

Melihat bonus demografi yang akan terjadi, kita bisa melihat peluang yang ada pada rentang umur Gen-Z dan Millennial dalam melangsungkan pernikahan. Ditambah dengan adanya akselerasi dari era digitalisasi meningkatkan adanya minat dalam undangan berbasis situs web. Kami menduga bahwa dengan adanya pasar yang ada, ini menjadi sebuah peluang yang tidak boleh dilewatkan apalagi perbandingan harga dengan undangan konvensional yang lebih murah.

4.2 Target Pasar



4.3 Analisis Kompetitor

Fitur	Memo-U	Wekita.id	Khabib Undangan Digital
Angpau digital	✓	✗	✗
RSVP	✓	✗	✗
Souvenir Digital	✓	✗	✗

4.4 Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Dari peluang bisnis yang ada, target market kami adalah masyarakat pada rentang umur yang matang dalam melangsungkan pernikahan. Pada awal tahun kami memiliki sasaran awal pada Generasi Millennial yang seiring berjalannya waktu bergerak ke Gen-Z.

4.5 Analisa 4P

Product berupa undangan pernikahan berbasis website. *Price* atau biaya dari undangan ini memiliki 3 paket, sesuai dengan harga dan fitur masing-masing menggunakan teknik *Decoy Effect Pricing* untuk memikat konsumen. *Place* (Pusat Memo-U akan berada di Surabaya karena memiliki jumlah penduduk terbanyak di Jawa Timur dan menjadi titik pijakan awal berdirinya usaha kami. *Promotion* (online melalui Instagram, Twitter, *volunteer* Tiktok dan *offline* melalui brosur, poster, dan kerja sama dengan vendor *event organizer*).

BAB 5

KEUANGAN

5.1 Investasi Awal

Dalam memulai bisnis ini, diperlukan investasi awal sebagai berikut.

No	Nama Item	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
1	Sewa domain	1 tahun	150.000	150.000
2	Sewa hosting	1 tahun	900.000	900.000
3	Lisensi <i>weddingpress</i>	1 tahun	300.000	300.000
4	<i>Affinity designer</i>	Full akses	560.000	560.000
5	Canva premium	Full akses	95.000	95.000
Total				2.005.000

5.2 Proyeksi Keuangan (*Cashflow*)

Berikut adalah proyeksi keuangan bisnis di tahun 2022.

No	Nama Item	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
Pengeluaran:				
1	Iklan	3 bulan	1.200.00	3.600.000
2	Kuota internet	12 bulan	50.000	600.000
3	Bagi hasil <i>EO Wedding</i> 20%	3 bulan	30.000	60.000
Total Pengeluaran				4.800.000
Pemasukan				
1	Produk <i>basic</i>	24	100.000	2.400.000
2	Produk special	36	150.000	5.400.000
3	Produk premium	24	250.000	6.000.000
Total Pemasukan				13.800.000

5.3 B/C Ratio

Benefit Cost Ratio digunakan untuk menentukan kelayakan sebuah bisnis.

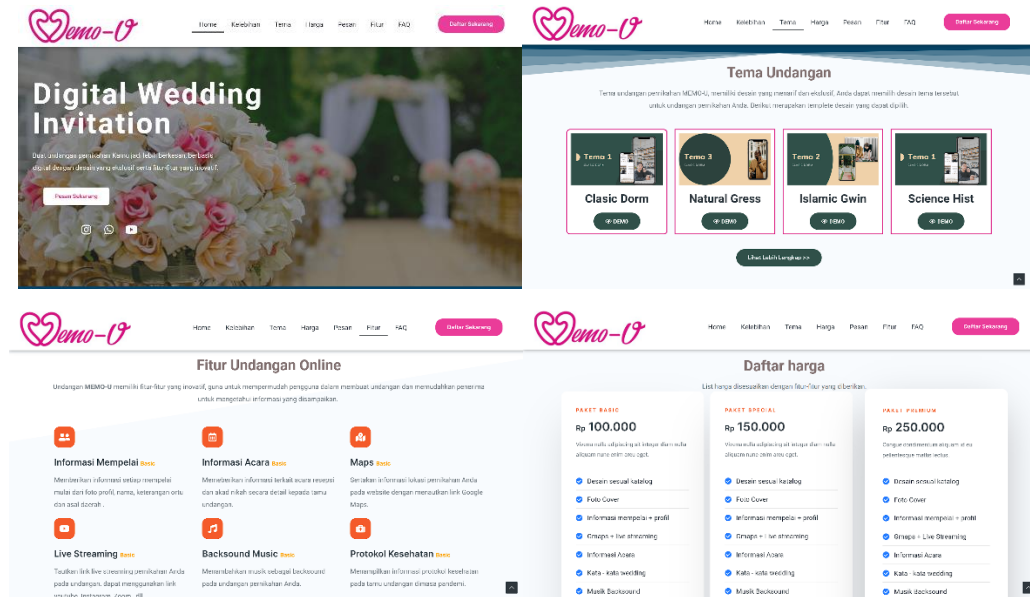
Adapun perhitungannya sebagai berikut

$$\frac{B}{C} \text{ ratio} = \frac{\text{Pemasukan}}{\text{Pengeluaran}} = \frac{13.800.000}{6.805.000} = 2,027 > 1, \text{ B/C Ratio} > 1 \text{ sehingga}$$

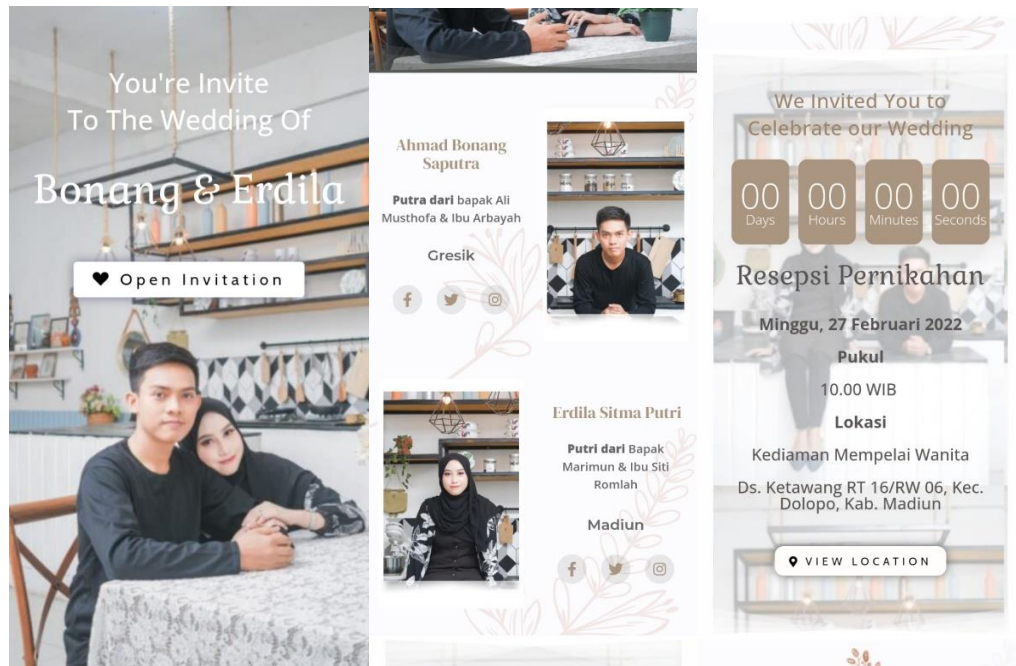
MEMO-U layak.

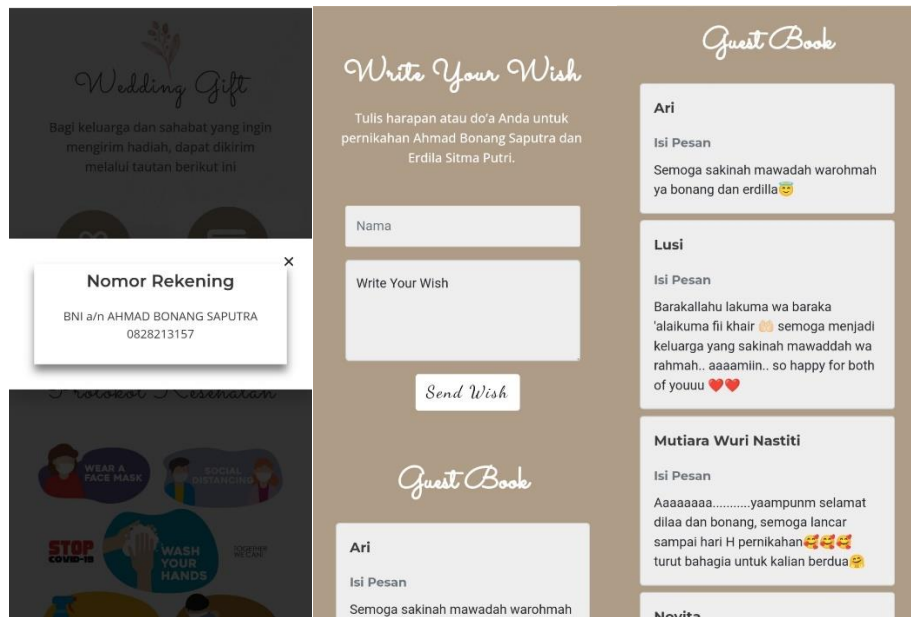
LAMPIRAN

Lampiran 1. Tampilan platform MEMO-U



Lampiran 2. Tampilan produk wedding invitation MEMO-U





Lampiran 3. Tampilan media sosial MEMO-U

