

**STRATEGI PENGEMBANG BISNIS ISLAM PADA HAMPERS
MUSLIM EKSKLUSIF BYTHELUXE**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

Helda Yusmarlianti

20423094

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Helda Yusmarlianti
NIM : 20423094
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Hampers Muslim Eksklusif "Bytheluxe"

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 13 September 2024



Helda Yusmarlianti

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan Nomor : 684/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2024 tanggal 02 April 2024 M, 23 Ramadan 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Helda Yusmarlianti

NIM : 20423094

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Hamper Muslim Eksklusif Bytheluxe

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan siding munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 September 2024



Muhammad Iqbal, SEI, MSI

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama : Helda Yusmarlianti
Nomor Induk Mahasiswi : 20423094
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Hamper Muslim Eksklusif Bytheluxe

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dari hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah Tugas Akhir Penelitian pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 13 September 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Iqbal', enclosed within a large, stylized oval loop.

Muhammad Iqbal, SEI, MSI

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 Oktober 2024
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada Hamper Muslim Eksklusif Bytheluxe
Disusun oleh : HELDA YUSMARLIANTI
Nomor Mahasiswa : 20423094

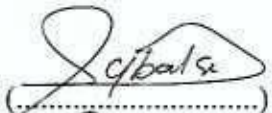
Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Penguji I : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

Penguji II : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I


.....

.....

.....

Yogyakarta, 3 Oktober 2024


Dekan,

Dr. Drs. Asmuni, MA

MOTTO

“Salinglah memberi hadiah, maka kalian akan saling mencintai”.

(HR. Bukhari)

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada Hampers Muslim Eksklusif

Bytheluxe

HELDA YUSMARLIANTI

20423094

Tradisi dalam memberikan hadiah atau hamper pada setiap momen-momen tertentu atau momen penting lainnya semakin meningkat sejak masa pandemic covid-19 apalagi ditambah dengan perkembangan zaman saat ini yang semakin maju. Memberikan hadiah atau hamper bisa menjadi salah satu cara untuk memperkuat persaudaraan atau tanda kasih sayang. Namun dalam perkembangan zaman ini, sulitnya mendapatkan hampers muslim yang memiliki desain unik, berkualitas, dan harga terjangkau menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih hampers yang mereka inginkan. Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi untuk menciptakan produk khusus muslim eksklusif yang layak untuk diperjual belikan. Sehingga tujuan dari perintisan bisnis ini adalah untuk menciptakan produk hamper muslim eksklusif yang berkualitas dan unik sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan budget. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hamper sendiri merupakan bentuk hadiah atau barang yang diberikan sebagai tanda kasih sayang. Oleh karena itu perintisan bisnis ini dilaksanakan dengan menyusun beberapa program yang terencana dan terukur agar dapat memudahkan pengelola dalam melaksanakan program pengembangan bisnis hamper bytheluxe dengan memasarkannya di beberapa social media dan e-commerce. Berdasarkan pelaksanaan program yang telah direncanakan, beberapa tahapan yang telah kami laksanakan dalam mengembangkan bisnis hamper bytheluxe melalui beberapa social media seperti Instagram, tiktok dan whatshapp dan e-commerce seperti shopee. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk secara signifikan.

Kata Kunci: hamper, pemasaran, pengembangan bisnis

ABSTRACT

Islamic Business Development Strategy on Bytheluxe Exclusive Muslim Hampers

HELDA YUSMARLIANTI

20423094

The tradition of giving gifts or hampers at any particular moment or other important moment has been growing since the time of the Covid-19 pandemic in addition to the progress of today's times. Giving a gift or a hamper can be one way to strengthen a brotherhood or a sign of affection. But in the development of these days, the difficulty of getting Muslim hampers that have unique designs, quality, and affordable prices has become a public consideration in choosing the hampers they want. Therefore, an innovation is needed to create exclusive Muslim special products that are worth selling. So the goal of this business is to create exclusive Muslim hamper products that are quality and unique so that it can meet the needs of consumers that fit the budget. Marketing is an activity that is carried out to introduce products or services to consumers so that they can meet the needs and satisfaction of consumers. Hampers themselves are a form of gifts or gifts given as a sign of affection. Therefore, this business investigation is carried out by drawing up a number of programmes planned and measured to make it easier for managers to implement a program of development of the business of hamper bytheluxe by marketing it on some social media and e-commerce. Based on the implementation of the program, some of the stages that we have implemented in developing a business of the hamper Bythelux through several social media such as Instagram, tiktok and whatshapp and e - commerce such as shopee. It is expected to increase product sales significantly.

Keyword: hampers, marketing, business development

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor; 0543b/U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ئَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و...وْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...يَ...ا	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...وْ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai

dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi Berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam selalu kita tuturkan untuk nabi besar kita, Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis hampers Bytheluxe yang penulis jalankan.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, Bapak Umarudin dan Ibunda Misyanti atas segala doa, semangat, memberikan dukungan, kasih dan sayang yang tidak terhingga sehingga menjadi sumber semangat utama penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih kepada saudara kandung penulis Achmad Bagus Alimuzamil dan Fathan Mudafi Al-Kayyis yang telah memberi semangat pada proses pembuatan karya tulis ini.

Penghargaan dan terima kasih juga penulis berikan kepada:

1. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor - rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukkan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis

dalam menjalankan kewajiban mahasiswi di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
7. Terima kasih kepada Kakak penulis Yunita yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir Perintisan bisnis penulis.
8. Rekan seperjuangan penulis, Daliyah Fathiyati Utami yang telah menemani, membantu penulis dan sabar akan setiap tingkah laku penulis sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Rekan-rekan seperjuangan yang selalu ada disaat senang ataupun susah, Mimi Azhimi, Salsabila Putri Utami dan Alfarabbi Hazza. Terima kasih telah menjadi penghibur, pendengar yang baik, dan selalu memberikan dukungan moral serta bantuan untuk penulis selama menjalani sulitnya masa perkuliahan.
10. Rekan-rekan seperjuangan sejak putih hijau “naks jogja”, Iye, Islamiyah, Adel, Sawe, Patoel, Retno, Jesika, Jihan. Terima kasih telah mengisi bagian-bagian yang kosong di hidup penulis dan sudah menemani penulis selama menjadi anak rantau.
11. Rekan-rekan seperjuangan “OurSip” yang sudah seperti keluarga, Anin, Inung, Fika, Lyka, Nadila, Rara, Tuter dan Hanan. Terima kasih selalu memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Program Ekonomi Islam UII Angkatan 2020 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
13. Terakhir, kepada diri saya sendiri Helda Yusmarlianti yang telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih telah mencoba bertahan dan menyelesaikan semuanya dengan bertanggung jawab.

Mungkin di masa depan akan selalu ada rintangan tapi penulis berjanji bahwa kamu akan baik-baik saja.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan tak terkecuali penulis.

Yogyakarta, 13 September 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Helda Yusmarlianti', with a stylized flourish at the end.

Helda Yusmarlianti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Capaian Target	5
C. Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	7
A. Profil Bisnis.....	7
B. Pelaksanaan Bisnis	10
1. Tinjauan Aspek Pemasaran	10
BAB III.....	27
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	27
A. Identifikasi Masalah.....	27
B. Tinjauan Teoritis Pemasaran	28
C. Pemecahan Masalah Pemasaran	32
BAB IV	35
KESIMPULAN DAN SARAN	35
A. Kesimpulan	35
B. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hasil Survei Instagram	13
Gambar 2. 2 Jumlah Konsumen	15
Gambar 2. 3 Bentuk Diagram	15
Gambar 2. 4 Hasil Survei Penentuan Budget	16
Gambar 2. 5 Hasil Survei Pemilihan Harga	16
Gambar 2. 6 Hasil Survei Kualitas Produk dan Packaging	17
Gambar 2. 7 Hasil Survei Bahan Packaging	17
Gambar 2. 8 Hasil Survei Tampilan Produk	18
Gambar 2. 9 Hasil Survei Pertimbangan Untuk Membeli Produk	18
Gambar 2. 10 Hasil Survei Merekomendasikan keteman	19
Gambar 2. 11 Hasil Survei Sosial Media Yang Sering Digunakan	19
Gambar 2. 12 Hasil Survei Marketplace Yang Sering Digunakan	19
Gambar 2. 13 Instagram	21
Gambar 2. 14 Tik-tok	22
Gambar 2. 15 Shopee	23
Gambar 2. 16 Live di Tik-tok dan Shopee	24
Gambar 2. 17 Analisa Instagram Zakila	25
Gambar 2. 18 Story Review Zakila	25
Gambar 2. 21 Analisa Instagram Refinahm	26
Gambar 2. 22 Story Review Refinahm	26

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

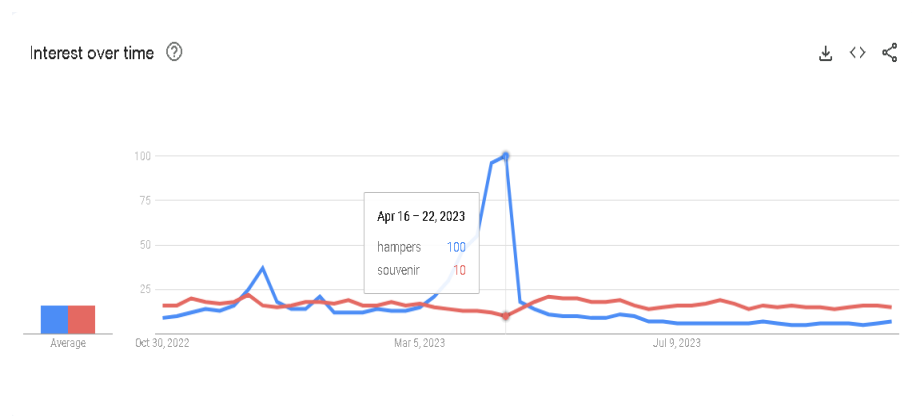
Persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya menumbuhkan semangat pelaku usaha untuk lebih meningkatkan produktivitas dalam berbisnis. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan berat, membuat setiap pelaku usaha dituntut untuk selalu berkembang. Salah satu cara yang digunakan dalam berbisnis untuk dapat bersaing dan berkembang adalah dengan menciptakan strategi-strategi baru dan inovasi baru. Salah satu tren fashion sekarang ini yang banyak digemari oleh semua kalangan adalah hijab bagi perempuan muslim. Banyak sekali tren hijab yang dikemas dengan tampilan yang begitu modern dan trendi seiring dengan perkembangan zaman. Dunia fashion yang berkembang pesat membuat bisnis pada bidang ini tidak pernah ada matinya. Seiring dengan perkembangan zaman, industri fashion di Indonesia terus berkembang, hal ini sejalan dengan kesadaran masyarakat akan fashion yang telah menjadi bagian dari gaya hidup.

Hamper dalam bahasa inggris memiliki arti sebagai keranjang, pada kerajinan keranjang yang di anyam. Hamper juga dikenal dengan ukuran yang lebih besar dan berisikan makanan. Namun, hamper jaman sekarang sudah memiliki banyak bentuk yang sesuai dengan keinginan pembeli dan telah tersedia di beberapa acara besar dengan isian yang beraneka ragam dan bervariasi (Yurivito, 2019). Peluang bisnis ini di Indonesia sekarang termasuk dalam peluang yang sangat potensial karena memberi atau bertukar hadiah sudah menjadi tradisi di kalangan masyarakat dalam memperingati suatu acara atau hari besar lainnya. Hamper ini akan menjadi salah satu bisnis pada bidang kreatif yang menjanjikan dan menguntungkan untuk dijual.

Alasan penulis memilih hamper sebagai pilihan pengembangan bisnis adalah karena bisnis ini sudah mencapai perkiraan profitabilitas 70% selama 2

tahun sejak tahun 2020 hingga tahun 2022 dan sudah memiliki beberapa *loyal customer* yang sudah *repeat purchases*, serta sosial media dan marketplace yang memiliki banyak *followers* di social media dan performa baik sebagai *trusted* untuk para calon customers. Hamper ini akan menjadi suatu produk yang diminati oleh semua kalangan masyarakat dari berbagai usia. Hamper ini akan dikemas secara ringkas, praktis, dan memiliki desain menarik sehingga dapat dijadikan sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam memberi atau bertukar hadiah. Dalam perkembangan zaman yang semakin modern dan tingkat kesibukan masyarakat yang terus meningkat sehingga membutuhkan hadiah yang simple dan praktis untuk diberikan kepada orang tersayang atau kepada teman.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang memegang peranan penting dalam sebuah bisnis. Untuk itu, pada 2024 ini, ingin mengembangkan bisnisnya kembali dengan mengusung konsep hamper muslim eksklusif dimulai dengan nama brand menjadi “bytheluxe”. Penulis melihat adanya peluang pada bisnis hamper hijab dan perlengkapan alat solat yang akan mengalami peningkatan di masyarakat. Bisnis hamper eksklusif bytheluxe akan branding yang tepat nantinya dan akan menjadikan bisnis hamper muslim eksklusif yang baik sehingga dapat diterima oleh konsumen.



Gambar 1. 1 Grafik Hamper di Indonesia

Sumber: (Google Trends, 2023)

Sebelum melakukan perintisan bisnis, penulis telah melakukan riset pasar melalui data google trends (2023). Menurut grafik diatas peminat hamper lebih

banyak daripada souvenir dan peminat hamper akan meningkat saat menjelang hari raya idul fitri. Permintaan yang tinggi ini menunjukkan adanya peluang bisnis yang menjanjikan untuk produk hamper. Peminat hamper sendiri merupakan konsumen generasi milenial yang menyukai produk lebih ringkas, praktis, mudah dikirim, dan memiliki desain menarik. Seperti yang disampaikan oleh (Nova, 2021) bahwa bisnis hamper merupakan bisnis yang sedang banyak diminati sehingga perlu dilakukan visual branding agar tercipta citra bisnis yang baik dan pada akhirnya dapat mengembangkan bisnis ini. Hamper yang dihasilkan juga harus inovatif karena persaingan yang ketat. Pada perencanaan ini, penulis telah melakukan observasi via sosial media (instagram) terkait kebiasaan *followers* bytheluxe dalam menentukan beberapa pilihan terkait keaktifan dalam bersosial media dan menentukan suatu kualitas produk.

Dari hasil riset pasar melalui akun media Instagram tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Konsumen lebih aktif di sosial media pada platform tiktok dibandingkan instagram.
2. Konsumen lebih banyak yang memilih order via shopee dibandingkan order via whatsapp.
3. Konsumen cenderung memilih packaging premium dibandingkan packaging vintage.
4. Konsumen memiliki pilihan sesuai selera yang imbang yaitu dengan persentase 50% untuk pengguna hijab segi empat dan pashmina.
5. Konsumen cenderung memilih kualitas pashmina silk dibandingkan pashmina shimmer youryou.

Setelah melakukan observasi dan riset pasar melalui media sosial penulis akan membuat inovasi produk bytheluxe yang dapat menarik pelanggan dan konsumen. Melihat akan kebutuhan masyarakat dalam pengemasan kado atau hadiah tidak semua orang bisa dan mau mengemas kado sendiri, namun mereka menginginkan kado atau hadiah dengan tampilan spesial. Karena itu kami memberikan solusi yg mudah, simple, dan praktis yaitu dengan menghadirkannya

produk hamper bytheluxe. Kebutuhan bytheluxe akan menjadi peluang yang tepat dan menjanjikan serta dapat diterima masyarakat dengan baik.

Secara umum pengertian dari bisnis merupakan kegiatan yang dikerjakan oleh manusia untuk mendapatkan pendapatan atau penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muslich, 2010). Dalam islam, terdapat istilah etika bisnis yang mengacu pada akhlak saat menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis islam. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam, tidak akan timbul rasa ragu dikarenakan telah meyakinkannya sebagai tindakan yang benar sesuai dengan nilai-nilai Islam (Juliyan, 2016). Etika bisnis mempunyai peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan usaha. Dalam etika bisnis islam, setiap aspek sudah diatur menurut hukum islam yang berlaku. Berbagai filosofi di dalam agama islam telah mengajarkan banyak hal tentang menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariat islam.

Untuk produk pengembangan hamper yang akan kami realisasikan yaitu sebuah box, kotak, atau tempat berbentuk persegi empat berisi kan beberapa produk hijab, peralatan solat, makanan, dan lainnya sesuai dengan ketentuan syariat dan produk yang berkualitas serta dikemas secara eksklusif. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan bahwa eksklusif sebagai kata yang terpisah dari yang lain, khusus atau tidak termasuk. Makna produk eksklusif yaitu termasuk pada kriteria produk yang istimewa, karena produk tersebut memiliki nilai kreativitas dan kualitas yang tinggi serta memiliki identifikasi merek yang unik. Selain itu, produk eksklusif juga menempatkan pasar yang tidak sembarang karena mereka memiliki pasar nya tersendiri. Harga produk eksklusif juga relatif lebih tinggi karena dibuat secara terbatas dan tidak diproduksi secara massal. Produk eksklusif memiliki harga yang lebih tinggi namun produk ini masih banyak diminati oleh konsumen.

Setelah menentukan hamper eksklusif sebagai bisnis yang akan diangkat, penulis melihat bahwa sudah ada beberapa produk hamper yang sudah di jual di Indonesia. Untuk memperkenalkan bisnis hamper ini diperlukan branding atau citra

positif kepada calon konsumen yang nantinya akan menggambarkan karakteristik pada bisnis hamper tersebut. Ada beberapa aspek yang mendukung pengembangan bisnis hamper ini yaitu bidang produksi, bidang pemasaran, dan bidang keuangan. Selain itu, tujuan yang paling utama adalah suatu alat pemasaran yang dapat merepresentasikan karakteristik dari suatu produk untuk meyakinkan konsumen yang gunanya untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Pada aspek pemasaran yang mana program kerja yang harus dijalani oleh aspek ini juga tidak kalah penting dari aspek produksi. Pemasaran harus selalu melakukan survei pasar agar membantu brand untuk menghasilkan informasi tentang besarnya potensial pasar suatu produk sesuai dengan target pasar. Program kerja yang harus dijalani antara lain yaitu pengenalan brand bisnis via sosial media, mencari ide dan inspirasi untuk pembuatan konten, membuat konten pemasaran. Menurut konsep pemasaran, kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pasar sasaran, lalu menyediakan produk dengan lebih efisien dan efektif daripada pesaing. Definisi ini menggaris bawahi pentingnya konsep pemasaran dalam dunia bisnis, karena berfokus pada kepentingan konsumen. Memperhatikan hal ini sangatlah krusial, karena kepuasan konsumen menjadi landasan ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

B. Capaian Target

Pada pelaksanaan perintisan bisnis, ada beberapa capaian target yang akan kami laksanakan, diantaranya yaitu:

1. Penulis mampu melakukan survei pasar pada bisnis Bytheluxe
2. Penulis mampu membuat konten pemasaran pada bisnis Bytheluxe
3. Penulis mampu berkoordinasi Bersama bidang produksi dan keuangan pada bisnis Bytheluxe

C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi tiga bagian yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran - lampiran dalam menunjang bisnis yang akan dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Hamper saat ini merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen akan hamper, maka saat ini hadir sebagai bisnis eksklusif yang unik dan menarik. Hamper eksklusif menggunakan box dengan bahan hardbox memiliki desain menarik dan kekinian sehingga akan terlihat lebih mewah. Salah satu hamper yang menjanjikan adalah hamper dengan isian hijab, perlengkapan alat sholat, makanan dan lain sebagainya. Penulis melihat adanya peluang dan prospek yang cukup bagus pada bisnis ini dengan melihat akan kebutuhan masyarakat dalam pengemasan kado atau hadiah tidak semua orang bisa dan mau mengemas kado sendiri, namun mereka menginginkan kado atau hadiah dengan tampilan spesial. Karena itu kami memberikan solusi yang mudah, simple, dan praktis yaitu dengan menghadirkan bisnis hamper eksklusif.

Awal berdiri bisnis ini pada masa pandemi tahun 2020, selama 2 tahun menjalani bisnis tersebut sudah terjual kurang lebih 600-700 pesanan yang telah terselesaikan via e-commerce dan whatsapp business. Selain itu, bisnis ini sudah berhasil melakukan pengiriman ke seluruh Indonesia bahkan sudah pengiriman sampai ke berbagai negara. Namun pada masa merintis bisnis selama 2 tahun itu semua aktivitas bisnis di handle oleh seorang diri (Owner) sehingga itu menjadi sebuah hambatan tersendiri dalam bisnis ini karena masih kurang memperhatikan strategi dan manajemen yang baik untuk mempertahankan bisnis tersebut. Contoh manajemen yang kurang diperhatikan dalam bisnis ini diantaranya yaitu, manajemen waktu dalam berproduksi, tidak adanya pencatatan stok secara akurat, dan harga per produk yang terus meningkat dan tidak stabil. Selain itu, dampak

lainnya menjadikan bisnis ini sebagai bisnis musiman yang mengikuti trend pada masanya.

Tahun 2024 ini, project.id ingin mengembangkan bisnisnya kembali dengan mengusung konsep yang lebih spesifik yaitu hamper muslim eksklusif dimulai dengan beralih nama brand menjadi “bytheluxe” dalam Bahasa Inggris “luxe” yang artinya mewah sedangkan “bytheluxe” yang memiliki arti “oleh kemewahan” begitu pula dengan produk hamper yang dikemas secara eksklusif untuk menambah value produk dalam sebuah brand dengan ciri khas premium dan mewah sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar yang luas. Lokasi produksi bisnis hamper Bytheluxe berada di Jalan Besi, Sukoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan banyaknya mahasiswa dan para pekerja yang berada di kota ini serta semakin bertambahnya kedatangan mahasiswa baru setiap tahun akan menambah potensi dikenalnya bisnis ini. Salah satu bentuk inovasi penulis yaitu membuat hamper set muslim eksklusif dengan berbagai macam jenis dan bentuk. Target market yang penulis ambil yaitu untuk semua kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, dll. Dimulai dari umur (17-50 tahun) khususnya yang berdomisili di Yogyakarta.

Hamper muslim eksklusif yang dibuat merupakan pengembangan dari bisnis hamper yang sudah ada atau sudah pernah dijalankan sebelumnya. Penulis hanya melakukan branding. Pengelolaan bisnis ini berfokus pada perubahan identitas merek, mengganti value produk, mengganti kemasan, dan melakukan promosi. Karena itu, penulis menggunakan brand “Bytheluxe” yang disimbolkan dengan logo gambar berikut:



Gambar 1. 2 Logo Bytheluxe

Arti dari logo brand bytheluxe:

- Kata “bytheluxe” diambil dari kalimat Bahasa Inggris yaitu “luxe” yang artinya mewah sedangkan “bytheluxe” memiliki arti “oleh kemewahan”.
- Untuk pemilihan warna gold pada logo karena warna gold memiliki karakteristik yang mewah dan mahal sesuai dengan identitas yang dimiliki oleh bytheluxe itu sendiri.
- Ditambah juga dengan desain frame classic untuk menambah estetika pada logo tersebut.

Logo juga dapat membantu brand yang diciptakan agar terkesan lebih istimewa dan mewah. Dari adanya logo, UMKM bisa membentuk komunikasi melalui tanda yang mudah diingat dan dimengerti oleh setiap orang (Setiawati, 2019). Selain itu, produk yang berkualitas juga menentukan sebuah value dalam brand tersebut terutama untuk brand menengah ke atas. Karena yang dibutuhkan konsumen bukan hanya packaging yang menarik melainkan produk yang berkualitas juga sangat menentukan konsumen untuk membeli barang dari brand tersebut.

Adapun misi yang bisnis targetkan yaitu untuk mewujudkan visi, sebagai berikut:

1. Menggunakan produk premium serta memastikan kualitas yang baik dan layak
2. Menawarkan berbagai jenis dan varian hamper set yang eksklusif dan unik
3. Menciptakan tampilan kemasan hardbox yang mewah dan eksklusif
4. Menyediakan banyak pilihan varian hampers set sesuai dengan budget konsumen.

Bisnis ini sudah berjalan sejak 2020 dan semua aspek mulai dari produksi, keuangan, dan pemasaran di handle oleh satu orang (owner). Namun berdasarkan pertimbangan internal akhirnya bisnis saat ini terdiri dari dua orang personil yang terdiri dari bidang pemasaran, bidang produksi, dan bidang keuangan. Dalam menyelesaikan tugas akhir pengembangan bisnis ini, penulis bersama partner

memiliki tugas dan peran masing-masing sebagai bentuk efisiensi waktu dan tenaga serta meningkatkan produktivitas. Bytheluxe beranggotakan 2 orang, yaitu:

1. Daliyah Fathiyati Utami : Riset, Produksi, dan Keuangan
2. Helda Yusmarlianti : Riset dan Pemasaran

B. Pelaksanaan Bisnis

Bytheluxe telah resmi beroperasi secara penuh terhitung 06 Februari 2024. Laporan dan analisa pelaksanaan praktek bisnis cemilan ini mengambil periode waktu dari 06 Februari 2024 sampai 31 Mei 2024. Analisa pelaksanaan ditinjau dari beberapa aspek sebagai berikut:

1. Tinjauan Aspek Pemasaran

Aspek yang akan penulis bahas pada bisnis ini yaitu aspek pemasaran. Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam operasional bisnis. Aspek pemasaran yang dilakukan pada bisnis ini digunakan untuk mengetahui berbagai strategi yang digunakan dalam mengembangkan brand bisnis yang akan dijalankan.

Menurut (Tjiptono & Diana, 2023), pemasaran merupakan proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun serta mempertahankan relasi yang positif dalam lingkungan yang dinamis. Sedangkan konsep pemasaran islam adalah suatu proses yang melibatkan pengenalan dan pelaksanaan strategi untuk mencapai nilai maksimal bagi kesejahteraan para pemangku kepentingan, terutama individu-individu serta masyarakat umumnya, sesuai dengan panduan yang terdapat dalam al-Quran dan as-Sunnah.

Konsep pemasaran Islam didasarkan pada Teori Maqasid Syariah yang bersumber dari al-Quran dan as-Sunnah, di mana dalam hubungan

pertukaran, fokus diberikan pada aspek masalah (kesejahteraan) kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Ini yang akan sejalan dengan tujuan dari hukum syariah Islam (Maqasid Syarfiah), yang tidak hanya berpusat pada imbalan ekonomi atau sosial semata, tetapi juga bertujuan untuk meraih kepuasan jangka panjang, termasuk kepuasan dalam kehidupan dunia, sejalan dengan prinsip-prinsip pemasaran hubungan dan teori pertukaran sosial.

Ada beberapa program kerja yang akan dijalankan pada bisnis hamper eksklusif bytheluxe khususnya pada bidang pemasaran, program-program tersebut diantaranya yaitu:

a. Melakukan Survei Pasar

Pasar merupakan respon awal suatu produk, permintaan dan penawaran, momentum, kepuasan dan semua hal yang menyangkut perkembangan, pertumbuhan serta penurunan produk tersebut dapat dilihat bagaimana langkah awal produk menyapa pasar. Menurut (Kotler, 2019) pada dasarnya untuk menentukan keberhasilan dipasarkannya suatu produk dapat dilihat dari upaya pemasaran yang sudah dilakukan. Bisnis hamper sendiri secara menyeluruh harus mengetahui lebih lanjut bagaimana kondisi pasar saat ini dan bagaimana respon pelanggan atas produk yang akan diluncurkan dalam bentuk survei pasar. Hal tersebut merupakan langkah strategi yang dilakukan untuk mengetahui suatu kepentingan entitas bisnis dan untuk mengetahui kondisi pasar saat ini dan relevansinya terhadap produk dan entitas bisnis tersebut.

Dalam melakukan survei pasar, hamper bytheluxe telah melakukan beberapa langkah berdasarkan metode survei pada penelitian perintisan bisnis ini. Dalam penelitiannya yang dijelaskan oleh (Arisandi & Pradana, 2023) bahwa media social memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* dan sangat penting untuk

meningkatkan kesadaran suatu merek dari masyarakat. Dari ketentuan tersebut, penulis akan menggunakan social media berupa instagram untuk melakukan pendekatan surveinya dalam bentuk polling. Dan survei kedua dilakukan dengan membuat kuisisioner pada google form sebagai media survei.

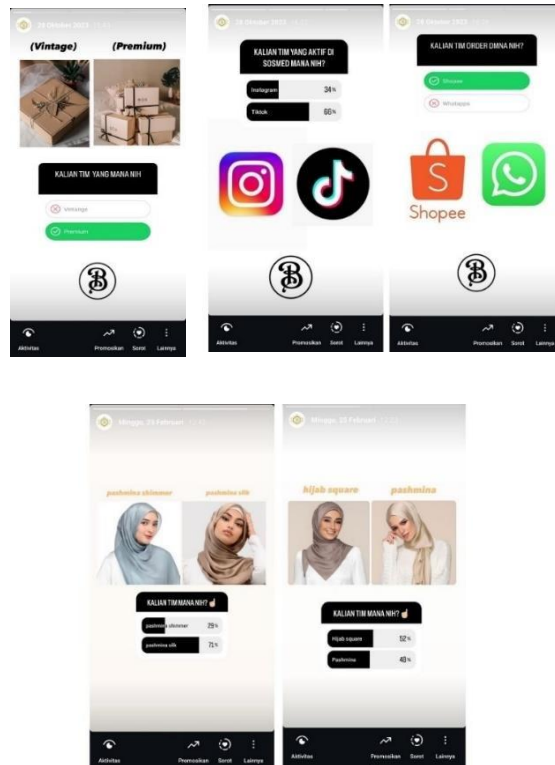
Survei pasar dilakukan melalui instagram polling dan membuat kuisisioner pada google form. Pada instagram polling dibuat dalam bentuk pilihan beberapa foto produk untuk contoh. Dan pada google form dibuat beberapa pertanyaan serta jawaban yang dapat dipilih. Survei dibagi menjadi dua tahap sebagai berikut:

a) Survei pertama (Instagram Polling)

Survei ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan minat gen z dalam memilih produk yang akan dipasarkan sesuai minat dan kebutuhan konsumen. Pilihan yang diajukan pada survei pertama ini antara lain:

- Lebih suka menggunakan box vintage atau premium?
- Kamu lebih aktif di social media instagram atau tiktok?
- Marketplace apa yang lebih suka untuk belanja online?
- Pilih hijab square atau pashmina?

- Pashmina shimmer atau pashmina silk?



Gambar 2. 1 Hasil Survei Instagram

Dari hasil riset pasar melalui voting yang dilakukan pada social media Instagram tersebut, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Konsumen lebih memilih box dengan bahan premium dibandingkan dengan box dengan model vintage.
2. Konsumen lebih menyukai social media tiktok dibandingkan dengan instagram.
3. Konsumen lebih suka belanja online di shopee daripada harus memesan lewat WhatsApp.

4. Konsumen lebih suka dengan hijab square dibandingkan dengan pashmina.

5. Konsumen lebih suka menggunakan pashmina dengan bahan silk dibandingkan bahan shimmer.

Setelah melakukan riset pasar melalui sosial media instagram, penulis memiliki ide untuk menjual hamper yaitu sebagai salah satu produk yang akan menjadi pilihan konsumen ketika ingin memberi hadiah kepada seseorang agar lebih praktis. Hamper juga bisa dijadikan hadiah sebagai tanda ucapan selamat ketika momen ulang tahun, wisuda, hari ibu dan ketika lebaran. Selain harga yang terjangkau hamper Bytheluxe juga menyediakan beberapa hamper yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b) Survei Kedua (Kuisisioner *Google Form*)

Penulis sebagai bagian dari aspek pemasaran telah melakukan survei di google form dengan membuat kuesioner untuk mencari tahu tentang bagaimana produk yang sedang konsumen butuhkan dan sukai. Saat melakukan survei di google form ada total 70 jawaban yang berpartisipasi dalam pelaksanaan survei produk ini. Setelah mengetahui jawaban dari konsumen, penulis akan mendiskusikan hasil dari survei tersebut dengan bagian produksi untuk nantinya akan dijadikan patokan dalam memproduksi sebuah produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan juga memberikan kepuasan untuk konsumen karena pada dasarnya kegiatan pemasaran diciptakan untuk

memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hasil survei dari google form antara lain sebagai berikut



Gambar 2. 2 Jumlah Konsumen

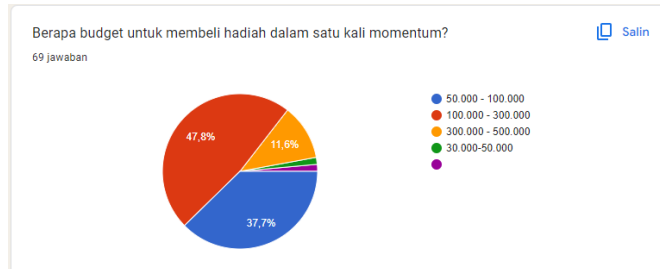
Pada gambar diatas penulis telah melakukan riset menggunakan media google form. Riset tersebut telah diisi dengan 70 orang dengan persentase mahasiswa 56,1% dan Pekerja 43,9%. Mahasiswa lebih banyak daripada pekerja. Riset dilakukan dengan membuat beberapa kuesioner berupa pertanyaan dan terdapat beberapa jawaban yang dapat dipilih oleh konsumen.



Gambar 2. 3 Bentuk Diagram

Gambar diatas merupakan bentuk diagram dari hasil riset dengan pertanyaan “momentum apa yang biasa digunakan untuk berbagi hadiah kepada seseorang.” Hasil dari riset tersebut adalah birthday atau ulang tahun memiliki persentase yang lebih besar dibandingkan dengan yang lain yaitu 76,8%, kemudian yang kedua lebaran dengan persentase 65,2%, kemudian yang ketiga

adalah graduate atau wisuda dan wedding day yang memiliki persentase sama yaitu 47,8%.



Gambar 2. 4 Hasil Survei Penentuan Budget

Pada gambar diatas menunjukkan hasil survei dari pertanyaan “Berapa budget untuk membeli hadiah dalam satu kali momentum?.” Hasil dari riset tersebut adalah pilihan dengan range harga 100.000-300.000 lebih banyak dengan persentase 47,8%, sedangkan yang kedua untuk range harga 50.000-100.000 dengan persentase 37,7%, kemudia yang ketiga dengan range harga 300.000-500.000 dengan persentase 11,6% dan yang terakhir yaitu untuk range harga 30.000-50.000 dengan persentase 1,4%.



Gambar 2. 5 Hasil Survei Pemilihan Harga

Pada gambar diatas menunjukkan riset untuk memilih harga tinggi dengan kualitas terjamin atau harga terjangkau dengan kualitas standar. Hasil dari riset tersebut yang banyak memilih yaitu harga tinggi dengan kualitas terjamin dengan persentase 70,6% sedangkan untuk pilihan jawaban harga terjangkau kualitas standar dengan persentase 29,4%.



Gambar 2. 6 Hail Survei Kualitas Produk dan Packaging

Pada gambar diatas menunjukkan grafik pemilihan kualitas packaging atau kualitas produk. Hasil dari riset tersebut yaitu banyak yang memilih kualitas produk dengan persentase 80,6%, sedangkan untuk jawaban kualits packaging hanya 19,4% persentase.



Gambar 2. 7 Hail Survei Bahan Packaging

Pada gambar diatas menunjukkan grafik pemilihan bahan untu packaging yang akan digunakan untu hamper. Hasil dari riset tersebut banyak yang memilih menggunakan bahan hardbox (box tebal & pricy) dengan persentase 77,3%, sedangkan untuk softbox (kertas tebal ivory & terjangkau) hanya 22,7% persentase.



Gambar 2. 8 Hasil Survei Tampilan Produk

Pada gambar diatas konsumen harus memilih look atau tampilan yang lebih disukai. Hasil dari riset tersebut banyak yang memilih look tertutup dengan persentase 89,2%, sedangkan untuk jawaban look transparan hanya 10,8%.



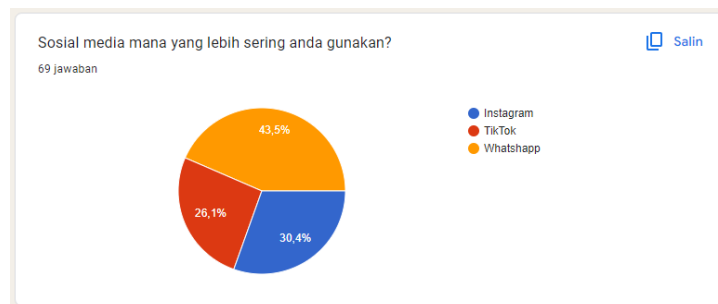
Gambar 2. 9 Hasil Survei Pertimbangan Untuk Membeli Produk

Pada gambar diatas menunjukkan grafik yang akan menjadi pertimbangan utama dalam membeli produk hamper ini. Hasil dari riset tersebut yaitu pertama pada pilihan kualitas lebih banyak daripada yang lain dengan persentase 44,9%, kedua pilihan fungsi atau kegunaan yang memiliki persentase 34,8%, ketiga pilihan harga 15,9% persentase, yang terakhir pada pilihan merek dan desain 4,3% persentase.



Gambar 2. 10 Hasil Survei Merekomendasikan keteman

Pada gambar diatas merupakan grafik dari pertanyaan “apakah anda akan meromendasikan produk ini kepada teman atau keluarga.?” Hasil riset tersebut yaitu pilihan ya lebih banyak daripada yang lain dengan persentase 81,2%, sedangkan jawaban mungkin 17,4% dan tidak 1,4%.



Gambar 2. 11 Hasil Survei Sosial Media Yang Sering Digunakan

Pada gambar diatas menunjukkan hasil survei sosial media apa yang sering digunakan oleh komsumen. Hasil riset tersebut yaitu lebih banyak yang menggunakan whatshap dengan persentase 43,5%, sedangkan untuk instagram 30,4 persentase dan untuk tiktok 26,1%.



Gambar 2. 12 Hasil Survei Marketplace Yang Sering Digunakan

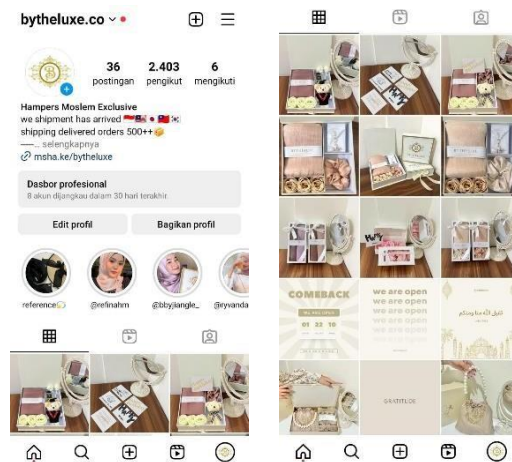
Pada gambar diatas menunjukkan grafik pemilihan marketplace yang sering digunakan oleh konsumen untuk belanja online. Hasi riset tersebut yaitu banyak yang menggunakan shopee sebagai aplikasi yang sering digunakan untuk berbelanja online dengan persentase 81,2%, yang kedua tiktok dengan 14,5% persentase, yang ketiga tokopedia dengan 2,9% persentase, yang terakhir adalah dengan aplikasi Lazada dengan 1,4%.

b. Metode Pemasaran

Pada bagian pemasaran Bytheluxe memasarkan produknya melalui pemasaran digital. Menurut (Ramadhan, 2022) social media merupakan media yang sudah difasilitasi internet dan platform yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi. Dalam memasarkan produk penulis menggunakan platform beberapa media social dan *e-commerce*. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh konsumen. Sebelum memasarkan produk-produk yang telah diproduksi oleh Bytheluxe, tidak akan dipasarkan langsung ke sosial media dan e-commerce, namun sebelum itu akan dilakukan tahap quality control terlebih dahulu oleh bagian produksi. Kemudian apabila produk yang sudah diproduksi telah lolos tahap proses pengecekan kualitas maka setelahnya akan dipilih untuk dilakukan pengambilan foto produk. Pengambilan gambar untuk foto produk dilakukan di kos penulis dengan menggunakan gadget penulis yang mumpuni. Proses pengambilan foto dilakukan di kos penulis dengan mencari pencahayaan yang bagus. Bagian pemasaran akan mengedit foto dan video yang kemudian akan dipasarkan melalui sosial media dan e-commerce. Berikut beberapa platform yang digunakan:

1. Instagram

Instagram merupakan salah satu media social yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Melalui Instagram produk yang akan dipromoskan dapat diposting berbentuk foto atau video, sehingga para calon konsumen dapat melihat produk yang ditawarkan. Instagram juga memiliki banyak fitur serta keunggulan salah satunya adalah jangkauannya yang luas sehingga cepat untuk menarik para konsumen. Untuk memasarkan produk Bytheluxe maka bagian pemasaran akan mengunggah foto produk di feed instagram dengan membuat caption menarik yang dapat menarik konsumen untuk membeli serta diikuti dengan memberi hastag.

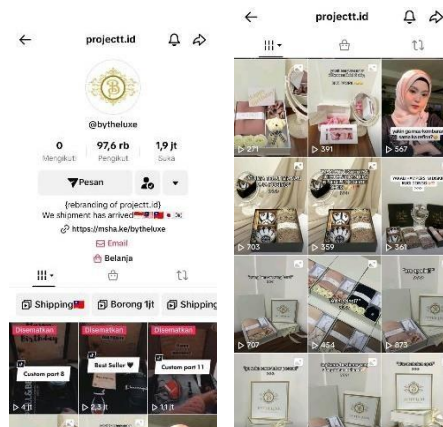


Gambar 2. 13 Instagram

2. Tik-Tok

Salah satu media social yang efektif dalam melakukan kegiatan promosi dan sedang berkembang adalah Tik-tok. Perkembangan aplikasi Tik-tok menjadi kesempatan bagi para pelaku bisnis untuk melakukan *personal branding* atau mempromosikan produknya. Dalam melakukan pemasaran di Tik-tok penulis mengunggah video melalui konten foto produk yang sudah diedit

semenarik mungkin dan juga ditambahkan lagu yang sedang trend dengan tujuan video konten produk Bytheluxe nantinya bisa menjangkau lebih banyak konsumen lagi.



Gambar 2. 14 Tik-tok

3. WhatsApp

Bytheluxe menggunakan WhatsApp untuk meningkatkan komunikasi antara pembeli dan penjual. WhatsApp juga dapat digunakan ketika calon pembeli ingin bertanya terkait produk dan ingin *request* terkait isian yang ada di dalam hamper.

4. Shopee

Bytheluxe memilih menggunakan shopee karena melalui riset yang telah dilakukan diatas konsumen lebih banyak menggunakan *e-commerce* Shopee. Shopee juga memiliki banyak fitur dan sangat mudah dipahami oleh semua orang, Shopee juga menawarkan berbagai pilihan voucher yang dapat diklaim oleh konsumen, seperti gratis ongkir dan potongan harga yang dapat menarik konsumen. Dalam aplikasi shopee juga penulis melakukan manajemen stok terhadap produk yang tersedia.

Pada tahap selanjutnya penulis akan melakukan pengunggahan foto produk di e-commerce shopee agar dapat memudahkan penjualan terhadap konsumen. Karena sesuai dengan hasil survei yang telah dilakukan penulis konsumen lebih sering menggunakan shopee sebagai media yang digunakan untuk berbelanja online. Penulis juga memperbaharui tampilan feed shopee akan lebih menarik dimata konsumen. Dan cara berbelanja di shopee lebih mudah. Dalam pengunggahan foto produk di shopee penulis juga menuliskan nama produk, harga produk dan deskripsi produk agar konsumen dapat membaca detail produk dengan jelas.



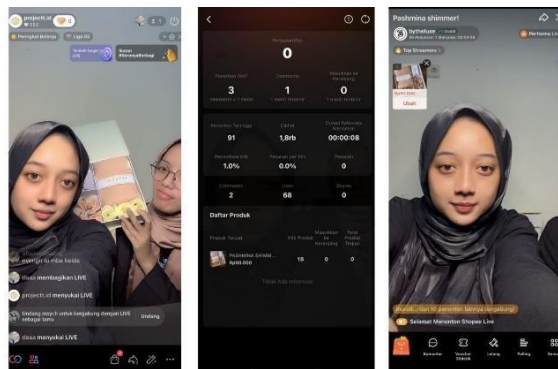
Gambar 2. 15 Shopee

c. Mencari Ide dan Inspirasi Untuk Pembuatan Konten

Pada bagian pemasaran, menciptakan ide konten yang menarik dan berkualitas merupakan salah satu hal yang penting dalam digital marketing. Ide yang unik untuk membuat konten bisa berasal dari mana saja. Dalam membuat konten penulis mencari ide dan inspirasi di social media seperti, instagram tiktok, pinterest dan google. Konten yang menarik dapat membantu memperkuat brand, menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pengunjung di social media.

d. Melakukan Live

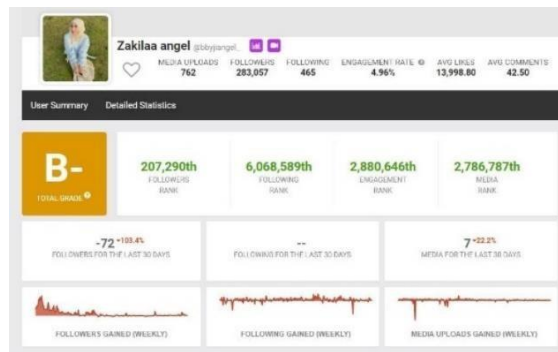
Selain melakukan pengunggahan foto produk di shopee, Bytheluxe juga melakukan live di shopee dan tiktok. Alasan penulis memilih tiktok dan shopee sebagai wadah untuk melakukan live karena dengan adanya fitur live di tiktok dan shopee pembeli dapat berinteraksi secara langsung dengan penjual dan juga dapat melihat bagaimana detail lebih jelas produk yang dijual, sehingga pembeli nantinya tidak merasakan perbedaan antara produk di gambar dengan produk aslinya. Di tiktok pembeli dapat membeli produk di keranjang kuning yang ada dalam fitur live tiktok.



Gambar 2. 16 Live di Tik-tok dan Shopee

e. Melakukan *Endorsment* dengan *Influencer*

Melakukan *endorsement* kepada *influencer* untuk memperkenalkan produk agar dapat lebih dikenal oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan kredibilitas produk dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Konsumen juga akan lebih cenderung percaya bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan karena sudah diplublikasikan oleh seroang *influencer*.

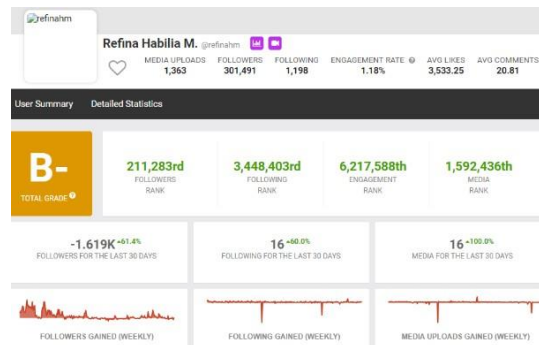


Gambar 2. 17 Analisa Instagram Zakila

Gambar diatas merupakan analisa akun Instagram Zakila Angel di website Social Blade sebelum melakukan *endorse*, untuk mengetahui performa dari akun Instagram. Data yang muncul akan membantu penulis untuk melihat berapa banyak *followers* dan *angagement rate*. Pada akun zakila Angel mempunyai *followers* 283,057, *following* 465, dan *angagement rate* 4,96%, dengan total *grade* B-. Penulis memilih *influencer* Zakilaa Angel melalui agensi Indorse, dengan biaya Rp 150.000. Produk yang akan dikirimkan berupa hamper yang berisi pashmina silk, scrunchie dan kue kering. Setelah produk diterima akan dilakukan review yang diunggah di story Instagram Zakilaa.



Gambar 2. 18 Story Review Zakila



Gambar 2. 19 Analisa Instagram Refinahm

Gambar diatas merupakan analisa akun Instagram Refinahm di website Social Blade sebelum melakukan *endorse*, untuk mengetahui performa dari akun Instagram. Data yang muncul akan membantu penulis untuk melihat berapa banyak *followers* dan *angagement rate*. Pada akun zakila Angel mempunyai *followers* 301,491, *following* 1,198, dan *angagement rate* 1,18%, dengan total *grade* B-. Influencer kedua yang dipilih penulis untuk endorse adalah Refinahm melalui agensi Samudra manajament, dengan biaya Rp100.000. Penulis memilih Samudra manajament sebagai agensi karena sedang ada promo exclusive untuk review story. Produk yang dikirimkan berupa hamper yang berisi pashmina silk, scrunchie dan kue kering. Setelah produk diterima, kurang lebih selama 5 hari akan dilakukan review produk di story Instagram Refinahm.



Gambar 2. 20 Story Review Refinahm

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Selama proses pengerjaan tugas akhir sebuah bisnis, penulis pasti akan mengalami rintangan dan kesulitan selama proses pelaksanaannya, baik dalam masalah internal maupun eksternal. Dengan adanya masalah dan kendala kita sebagai pelaku bisnis selama proses pelaksanaan pengembangan bisnis ini harus meyakini bahwa setiap permasalahan dan rintangan yang ada harus diselesaikan sehingga dapat dijadikan sebagai pembelajaran dan bahan evaluasi agar lebih baik lagi untuk kedepannya.

Berikut merupakan permasalahan dan rintangan yang ada ketika penulis melaksanakan proses tugas akhir pengembangan bisnis sebagai bagian pemasaran Bytheluxe.

1. Konten produk tidak mendapatkan banyak penonton dan like

Pada awal pembuatan konten Bytheluxe mengunggah video di tiktok dengan video foto geser dan sudah menggunakan lagu serta hastag yang sedang viral, tetapi penonton dan jumlah like masih sedikit.

2. Tidak mengaktifkan fitur iklan adsense

Dalam menjalankan bisnis hampers ini penulis kurang memahami penggunaan iklan ads sehingga belum mengaktifkan iklan Instagram ads. Karena dalam memahami penggunaan iklan ads dibutuhkan pendampingan oleh mentor profesional, sehingga penulis belum memaksimalkan waktu yang ada ketika menjalankan proses pengembangan bisnis pada tugas akhir ini.

3. Live di Tiktok dan Shopee hanya sedikit yang menonton

Penulis dalam upaya meningkatkan pemasaran untuk melakukan live di tiktok dan shopee, namun saat melakukan live di tiktok dan shopee tidak jarang hanya ada sedikit yang menonton dan terkadang konsumen hanya memasukkan barang ke keranjang tetapi tidak ada yang membeli atau *checkout*.

4. Kurang berinteraksi dengan konsumen

Interaksi dengan konsumen merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam pemasaran. Interaksi sendiri dapat dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan menjaga hubungan yang sudah ada, serta dapat menarik perhatian pelanggan baru. Namun sebelumnya Bytheluxe dinilai masih kurang dalam berinteraksi dengan konsumen.

5. Hanya sedikit yang membeli produk

Dalam waktu pelaksanaan pengembangan bisnis hamper Bytheluxe, tidak bisa dihindari ketika produk yang dikeluarkan ternyata tidak disukai oleh konsumen sehingga hal ini berpengaruh terhadap penjualan. Ada beberapa waktu penjualan dari bisnis tersebut naik ataupun menurun. Peningkatan penjualan terjadi ketika bulan Ramadhan atau ketika menjelang hari raya Idul Fitri, dan penjualan menurun di hari-hari biasa. Karena kurangnya pengoptimalisasian terhadap konsumen tentang pengenalan produk hamper.

B. Tinjauan Teoritis Pemasaran

Berikut penulis akan memaparkan beberapa tinjauan teoritis yang berkaitan dengan identifikasi masalah bagian pemasaran selama melaksanakan pengembangan bisnis tugas akhir seperti yang sudah penulis sebutkan sebelumnya agar nantinya pembaca bisa memahami dengan mudah isi dari laporan penulis pada bagian pemasaran bisnis hamper Bytheluxe:

1. Definisi Marketing (Pemasaran)

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dimiliki setiap bisnis untuk menentukan target pasar dan harus mempunyai strategi dalam mengembangkan bisnis tersebut guna mencapai tujuan bisnis itu sendiri. Kegiatan pemasaran memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai, baik tujuan dalam jangka pendek ataupun tujuan dalam jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik perhatian konsumen terutama ketika mengeluarkan produk baru. Sedangkan dalam jangka panjang biasanya untuk mempertahankan agar produk-produk yang dikeluarkan tetap eksis dan dapat mengikuti perkembangan zaman.

Menurut (Kotler, 2019), pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Sedangkan menurut (Charles, 2019) strategi pemasaran merupakan konsep bagaimana sebuah pelaku usaha dapat mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan yang memiliki tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil dan dapat melakukan imbal bagi hasil kepada pemegang saham.

2. Definisi Riset Pasar

Menurut (Malhotra, 2015) riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah dan peluang dalam bidang pemasaran. Perusahaan perlu melakukan riset pasar saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Riset pasar juga menghindarkan perusahaan dari risiko produk tidak laku (Doman, 2015). Sebuah riset pasar harus mempunyai tujuan yang jelas sehingga fokus kepada hal-hal yang harus dicari.

3. Definisi Digital Marketing (Pemasaran Melalui Internet)

Penggunaan teknologi dalam membantu menyelesaikan pekerjaan merupakan salah satu hal yang menjadi keharusan dalam era digital saat ini. Dalam hal ini, strategi yang sering ramai digunakan untuk strategi pemasaran adalah digital marketing. Penggunaan digital memiliki peluang yang besar karena zaman sekarang konsumen sudah banyak yang beralih menggunakan platform digital.

Menurut pendapat (Coviello, Melley, & Marcolin, 2022) mengatakan bahwa digital marketing merupakan pemakaian jejaring social dan teknologi alternatif lain guna menjadikan dan menghubungkan perusahaan dan pembeli yang sudah terintroduksi. Sedangkan menurut pendapat (Sanjaya & Tarigan, 2023) menyatakan bahwa digital marketing adalah sebuah aktifitas penjualan yang merupakan branding yang memakai bermacam media menggunakan situs berbasis Web termasuk Blog, E-mail, Website dan aplikasi media social lain.

4. Pengembangan Bisnis Dan Inovasi

Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku bisnis untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang akan meningkatkan kinerja bisnis tersebut. Dalam dunia usaha kinerja bisnis menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global saat ini. Banyak faktor yang dapat menentukan kinerja suatu bisnis, salah satunya adalah inovasi.

Menurut (Rusdiana, 2014) Cara dalam hal untuk meningkatkan kemampuan inovasi di bidang produk dan pelayanan adalah, mempelajari inovasi dari pengalaman yang ada, memberikan penghargaan kepada karyawan yang memiliki gagasan inovasi, berorientasi pada perilaku untuk berinovasi, menetapkan tujuan berinovasi, membuat produk penuh inovasi dengan cara-cara yang sederhana, memulai membuat produk dengan inovasi yang paling kecil, melakukan percobaan dan perbaikan, mengikuti alur jadwal yang sudah

ditentukan dalam berinovasi. Bekerja selalu dengan semangat dan mempunyai keyakinan yang kuat akan inovasi dan risiko

5. Definisi Iklan Adsense

Melihat banyaknya pengguna internet dan media sosial yang ada, tidak heran jika banyak yang bermunculan model bisnis yang sudah mulai beralih ke bentuk digital. Mulai beralihnya pelaku bisnis menggunakan iklan digital tersebut tidak lepas dari banyaknya keuntungan yang diperoleh. Diantaranya, biaya yang lebih murah, lebih menjangkau kepada khalayak tertentu, lebih mudah untuk memperluas jaringan pasar dan juga data statistik lebih mudah untuk didapat.

Salah satu penyedia layanan iklan yang cukup banyak diminati adalah *Google Adsense*. *Google adsense* merupakan bisnis modern yang sedang berkembang pesat saat ini. Sadar atau tidak *google adsense* sudah banyak merubah tingkat kebutuhan ekonomi sebagian kalangan, kebutuhan orang sangat terbantu dengan adanya *google adsense*, baik bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan dan memperluas jaringan pasar produknya atau untuk konsumen yang sedang mencari kebutuhan sesuai dengan keinginannya. Menurut (Kuhikar, 2013) *Google adsense* menjadi salah satu program periklanan sederhana untuk menampilkan iklan bertarget di blog atau situs website. *Google adsense* membuka peluang bisnis berbasis *website* (Adler & Dewi, 2019) *Google adsense* akan menjadi salah satu alternatif untuk pelaku bisnis dalam mengembangkan produknya di social media.

6. Interaksi Dengan Konsumen

Menurut (Bonner, 2010:44) bahwa interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua orang atau lebih, sehingga kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, memperbaiki kelakuan individu lainnya dan sebaliknya. Manusia berinteraksi dalam rangka untuk memenuhi

kebutuhan hidupnya, yang bukan hanya kebutuhan saja, melainkan sejumlah dinamika kehidupan social budaya manusia.

Menurut (Engel, Blackwell, & Miniard, 2017) perilaku konsumen diartikan sebagai tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membuang produk dan layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.

C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Setelah mengetahui apa saja permasalahan yang muncul dari awal mula bisnis hamper Bytheluxe didirikan dan selama penulis melaksanakan tugas akhir pengembangan bisnis sebagai bagian dari pemasaran, penulis telah berusaha untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di setiap kali ada permasalahan yang muncul.

Berikut merupakan solusi yang dapat penulis lakukan dalam mengatasi hambatan dan masalah selama melaksanakan tugas akhir pengembangan bisnis:

1. Dalam mengatasi permasalahan terkait konten produk yang tidak mendapatkan banyak penonton dan like, penulis mencari tahu apa yang menyebabkan permasalahan ini ada. Dan penulis menyadari bahwa hal ini terjadi karena konten yang dibuat penulis masih kurang menarik, oleh karena itu penulis akan berupaya untuk meningkatkan kualitas konten produk dengan cara membuat konten yang lebih menarik dan kreatif lagi agar dapat menarik konsumen, dan juga tidak ketinggalan untuk mengikuti konten yang sedang ngetrend.
2. Dalam mengatasi permasalahan terkait tidak mengaktifkan fitur iklan adsense, penulis akan lebih memahami lagi terkait pemasaran digital yang berupa google adsense. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah

ini penulis akan melakukan pemasangan iklan di instagram serta, sehingga konten produk yang diunggah oleh penulis akan mendapat lebih banyak penonton dan juga like yang banyak. Dan akun social media Bytheluxe juga akan mendapatkan banyak pengikut baru dan juga berdampak positif pada penjualan produk yang meningkat

3. Dalam mengatasi permasalahan terkait live di Tiktok dan Shopee hanya sedikit yang menonton, penulis menyadari akan kurangnya pengetahuan tentang live streaming di aplikasi tiktok dan shopee. Setelah penulis mencari tahu dan mengetahui tips dan trik saat melakukan live di tiktok dan shopee, penulis akan menentukan jadwal jam tayang live, karena berpengaruh terhadap grafik dan merupakan salah satu aspek penting untuk mendapatkan banyak penonton ketika melakukan live. Oleh karena itu, dalam mengatasi masalah ini, penulis akan membuat jadwal jam tayang live dan memilih waktu untuk melakukan live di tiktok dan shopee agar saat melakukan live bisa mendapatkan banyak penonton.
4. Dalam mengatasi permasalahan terkait kurangnya berinteraksi antara produsen dengan konsumen, penulis akan melakukan upaya untuk membuat game di Instagram dengan melakukan voting, tanya jawab, menebak nama produk yang akan dikeluarkan dan berapa harga produk terbaru dengan menebak di kolom komentar. Upaya ini dilakukan untuk mengajak pengikut di Instagram menjalin interaksi dengan produsen.
5. Dalam mengatasi permasalahan terkait hanya ada sedikit konsumen yang membeli produk hamper, penulis telah mencari tahu penyebab mengapa permasalahan tersebut dapat terjadi. Dan setelah penulis mencari tahu ada beberapa alasan yang dapat disimpulkan seperti kurangnya inovasi pada produk yang dijual dan model yang kurang disukai oleh konsumen, dan juga kurangnya upaya dalam bidang pemasaran. Untuk mengatasi masalah ini penulis mencari solusi dengan melakukan survei di social media yang bertujuan untuk mencari tahu tentang bagaimana produk yang konsumen inginkan dan sukai, berapa budget yang akan dikeluarkan konsumen untuk membeli produk, untuk acara apa saja

konsumen membeli produk hamper, setelah mendapatkan respon dari konsumen dan mengetahui bagaimana produk yang diinginkan dan disukai oleh konsumen maka penulis dan tim akan melakukan diskusi dan menentukan harus memproduksi produk seperti apa selanjutnya berdasarkan hasil dari survei tersebut.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam melaksanakan tugas akhir perintisan bisnis, dengan ini penulis dan anggota kelompok lainnya tentu mendapatkan pengalaman serta wadah untuk menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama kuliah di jurusan Ekonomi Islam pada tugas akhir ini dalam menjalankan suatu bisnis, baik secara teknis maupun teoritis. Adapun dalam pelaksanaan tugas akhir perintisan bisnis, program kerja yang penulis lakukan adalah bagian pemasaran. Adapun contoh aktivitas yang penulis lakukan selama menjadi bagian pemasaran di antaranya adalah melakukan survei pasar, mengembangkan social media bytheluxe dengan membuat konten untuk pemasaran untuk diunggah di social media (Instagram dan tiktok) dan e-commerce (shopee), mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten, dan melakukan live di tiktok dan shopee.

Pada pelaksanaan program kerja, penulis sebagai bagian dari pemasaran juga dihadapkan dengan berbagai permasalahan dalam melaksanakan proses tugas akhir perintisan bisnis ini. Permasalahan yang timbul seperti tidak mengaktifkan Instagram adsense, konten yang diunggah tidak mendapat banyak penonton dan like, pada saat live di tiktok dan shopee memiliki sedikit penonton, hanya sedikit yang membeli produk, dan kurangnya interaksi dengan konsumen. Adapun solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi permasalahan dan hambatan yang ada pada saat pelaksanaan tugas akhir adalah dengan cara melakukan survei pasar terkait produk seperti apa yang akan di produksi berdasarkan dari hasil survei yang sedang konsumen butuhkan dan sukai, membuat konten produk yang lebih kreatif dan menarik lagi, mengaktifkan Instagram adsense, melakukan live dan mengunggah konten di jam yang tepat, dan melakukan interaksi dengan konsumen melalui social media.

B. Saran

Pentingnya melakukan evaluasi dalam suatu proses, terutama dalam proses tugas akhir perintisan bisnis. Hal ini tentu menjadi langkah awal sebagai solusi yang digunakan sebagai bahan contoh agar kedepannya tugas akhir perintisan bisnis akan lebih tertata dan efektif selama prosesnya. Sebelum menjalankan sebuah bisnis, sangat penting untuk melakukan riset atau survei terlebih dahulu, untuk mengetahui target pasar dan tujuan dari berdirinya bisnis ini, karena akan dijadikan patokan dalam menjalankan tugas akhir pengembangan bisnis ini.

Adapun saran dari penulis, dengan harapan agar kedepannya lebih baik dan efektif dalam melaksanakan program kerja dan pengembangan yang telah dibuat. Untuk melakukan inovasi di setiap proses pemasaran, fokus dengan tujuan yang bisnis yang sejak awal sudah direncanakan, agar kedepannya bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar dan dibersamai dengan perkembangan bisnis kearah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- (2023). Retrieved from Google Trends:
<https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=hampers,souvenir&hl=en>
- Adler, & Dewi. (2019). AdWords dan AdSense sebagai Teknologi Periklanan Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21.
- Arisandi, & Pradana. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi pada Ayam Koplo by Hangry Indonesia). *GREENOMIKA*, 177-190.
- Bonner. (2010:44). Hubungan Interaksi Sosial Dalam Keluarga Dengan Perilaku Sosial Siswa Kelas VI SD Perumnas Putri Deli. *Jurnal Pendidikan Religius*, 4, 87-97.
- Charles. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6, 49-54.
- Coviello, Melley, & Marcolin. (2022). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSP Klenting Amertha Mesari. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2.
- Doman. (2015, Oktober 2). Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Ekonomi jurnal ilmu manajemen*, 2.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (2017). *Perilaku Konsumen*. (Tim, Ed.) Surakarta: CV PUSTAKA BENGAWAN.
- Juliyan, E. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Umum Qura*.
- Kotler. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6, 49-54.
- Kotler, P. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. 2). Jakarta.
- Kuhikar. (2013). AdWords dan AdSense sebagai Teknologi Periklanan Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21, 24-42.
- Malhotra. (2015, Oktober). Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Ekonomi jurnal ilmu manajemen*, 2.

- Muslich. (2010). Etika Bisnis Islami . *Ekonesia Fakultas Ekonomi UII*.
- Nova, F. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Hamper “Kasih Kamu” Bandung. *Jurnal Abdimas Berdaya*.
- Ramadhan. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*.
- Rusdiana. (2020, Desember). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal Usaha, 1*.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2023, Mei 1). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSP Klenting Amertha Mesari. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat, 2*.
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*, 125-136.
- Stanton. (2003). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Sevice).
- Tjiptono, & Diana. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kretaivitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management, 8*(1), 206-211.
- Yurivito. (2019, April). Perancangan Visual Branding Hamper Dan Gift Wanderland. *Jurnal Tanra, 8*.

LAMPIRAN

A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan

Pekan 1	Pekan 2	Pekan 3	Pekan 4
Melakukan riset di sosial media terkait produk seperti apa yang diinginkan konsumen (2 jam)	Melakukan riset terkait produk hampers muslim terupdate di media sosial dan e-commerce (3 jam)	Riset produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)	Riset produk baru dari beberapa toko online (3 jam)
Diskusi hasil riset produk yang diinginkan konsumen (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online (1 jam)	Diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko online (1 jam)	Diskusi dan menentukan hasil riset untuk produk baru dari beberapa toko online (1 jam)
Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (2 x 8 jam) = 16 jam	Mencari ide untuk membuat konten plan dengan anggota tim (1 jam)	Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 2 jam) = 6 jam
Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (2 x 1 jam) = 2 jam	Melakukan diskusi untuk membuat konten sneak peek (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Melakukan evaluasi bersama anggota tim (1 jam)
Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Solo (9 jam)	Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Mempersiapkan kebutuhan foto produk (1 jam)	Mencari ide konten islami baru untuk sosial media instagram dan tiktok (2 jam)
Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Solo (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Melakukan foto produk (3 jam)	Membuat dan mengunggah konten di instastory (1 jam)
Melakukan diskusi untuk membuat desain produk bersama bagian produksi (3 jam)	Mencari akun kompetitor lain untuk dijadikan perbandingan (2 jam)	Melakukan survei di instastory terkait produk seperti apa yang diinginkan konsumen (1 jam)	Mengedit konten video sosial media dibantu dengan anggota tim (2 jam)
Menentukan desain produk bersama	Mengambil foto dan mengedit produk untuk sneak peek (4 jam)	Membuat dan mengunggah konten instastory (2 jam)	Membuat dan mengunggah foto

bagian produksi (1 jam)			produk di feed instagram (1 jam)
Mencari ide konten feed instagram untuk sneak peek produk (30 menit)	Mengunggah dan membuat caption konten sneak peek di sosial media (30 menit)	Membuat dan mengunggah konten tiktok (3 x 2 jam) = 6 jam	Memperbaharui dekorasi tampilan toko di shopee (3 jam)
Mencari ide konten video reels & tiktok untuk sneak peek produk (30 menit)	Membuat jadwal waktu untuk pengunggahan konten di sosial media (30 menit)	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram (2 jam)	Mengunggah foto dan membuat penjelasan dan caption produk di shopee (1 jam)
Mencari ide konten instastory untuk sneak peek produk (30 menit)	Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via online (3 jam)	Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami (3 jam)	Membuat dan mengunggah konten video di tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam
Mencari ide games untuk di instastory (30 menit)	Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via offline (8 jam)	Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)	Membuat dan mengunggah instastory (4 x 1 jam) = 4 jam
Mencari ide caption untuk konten sosial media (30 menit)	Melakukan koordinasi untuk memulai produksi bersama tim (3 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online (1 jam)	Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)
Survei tempat pengambilan foto & video untuk sneak peek produk (1 jam)	Mencari ide terkait konten-konten Islami (2 jam)		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)
Melakukan diskusi untuk menentukan produk yang akan diproduksi kemudian dipasarkan (1 jam)			Melakukan Kegiatan Jumat berkah (2 jam)
Melakukan survei online di shopee dan instagram (3 jam)			
40 jam	39 jam	32 jam	46 jam

Pekan 5	Pekan 6	Pekan 7	Pekan 8
Melakukan live (tiktok, instagram dan shopee) (3 x 2 jam) = 6 jam	Membuat dan mengunggah konten untuk instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Mempersiapkan kebutuhan foto produk (1 jam)	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 2 jam) = 6 jam
Mengedit konten foto produk instagram (1 jam)	Membuat dan mengunggah konten di feeds instagram (2 jam)	Melakukan foto produk baru (3 jam)	Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru (2 jam)
Mengedit dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (2 x 3 jam) = 6 jam	Membuat konten sneak peek produk baru dibantu bagian produksi (2 jam)	Membuat dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam
Melakukan riset di sosial media dan e-commerce terkait konsep hampers muslim terupdate untuk produk baru (3 jam)	Mencari influencer untuk endorsmen (2 jam)	Mengedit foto produk (1 jam)	Melakukan evaluasi dengan anggota tim (1 jam)
Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online (1 jam)	Membuat dan mengunggah konten video di tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam	Mengedit video produk (2 jam)	Mengedit konten foto produk feed instagram (1 jam)
Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram (2 jam)	Mencari ide konten islami untuk minggu depan (1 jam)	Membuat dan mengunggah konten video di tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam	Membuat dan mengunggah konten video tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam
Membuat dan mengunggah konten video di tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam	Mengunggah foto dan membuat caption serta penjelasan produk di shopee (1 jam 30 menit)	Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram (2 jam)	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)
Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (2 x 3 jam) = 6 jam	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)
Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Membuat dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Melakukan diskusi dengan tim untuk mengadakan kegiatan jumat berkah (30 menit)
Packaging pesanan online dan	Packing pesanan online dan	Melakukan endorsmen dengan influencer (1 jam)	Melakukan kegiatan jumat berkah (2 jam)

mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)	mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)		
Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten (3 jam)	Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)
	Diskusi hasil riset dari beberapa toko online (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Diskusi hasil riset dari beberapa toko online (1 jam)
	Update stock produk hampers di e-commerce (1 jam)	Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)	Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)
		Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten (3 jam)	
42 jam	40 jam 30 menit	40 jam	38 jam

Pekan 9	Pekan 10	Pekan 11	Pekan 12
Melakukan riset terkait konsep hampers terbaru yang akan direalisasikan bersama tim (3 jam)	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 2 jam) = 6 jam	Mempersiapkan foto produk (30 menit)	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)
Diskusi dan menentukan produk baru yang akan diproduksi bersama tim (1 jam)	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram (2 jam)	Melakukan foto produk baru (3 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)
Membuat dan mengunggah game di instastory (1 jam)	Membuat dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Mencari ide konsep untuk foto produk baru bersama tim (30 menit)	Melakukan evaluasi kinerja tim (1 jam)
Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 2 jam) = 6 jam	Mengunggah produk baru dan membuat penjelasan di shopee (2 x 2 jam) = 4 jam	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 3 jam) = 9 jam	Membuat dan mengunggah instastory (6 x 1 jam) = 6 jam
Mengunggah dan membuat caption foto produk di instagram feeds (2 jam)	Membuat dan mengunggah feed instagram di reels (2 jam)	Membuat dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk instagram (2 jam)

Membuat dan mengunggah instastory (5 x 1 jam) = 5 jam	Melakukan foto produk (4 jam)	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di instagram (2 jam)	Mengedit konten video tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam
Mengedit dan membuat konten tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram) (3 x 3 jam) = 9 jam
Membuat dan mengunggah di feed Instagram dibantu bagian produksi (2 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Update stok produk dengan bagian produksi untuk kebutuhan toko online bytheluxe (1 jam)
Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta (8 jam)	Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)	Membuat dan mengunggah konten video tiktok (2 x 2 jam) = 4 jam	Membuat dan mengunggah konten video instagram (2 jam)
Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta (1 jam)	Diskusi hasil riset dari beberapa toko online (1 jam)	Mencari ide konten baru di sosial media (2 jam)	Melakukan kegiatan jumat berkah (2 jam)
Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)	Packaging pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi (3 jam)	Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram (2 jam)	Mengambil video saat melakukan jumat berkah (1 jam)
Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)	Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru (2 jam)	Packing pesanan online (3 jam)	Mencari ide dan inspirasi untuk konten baru (2 jam)
Diskusi hasil riset dari beberapa toko online (1 jam)	Update stok produk dengan bagian produksi untuk kebutuhan toko online bytheluxe (1 jam)		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online (3 jam)
			Diskusi hasil riset dari beberapa toko online (1 jam)
40 jam	40 jam 30 menit	44 jam 30 menit	40 jam

B. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Pemasaran

Pekan1:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
6/2/2024		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.	8 jam	
6/2/2024		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
6/2/2024		Melakukan riset di sosial media terkait produk seperti apa yang diinginkan konsumen	Membuat story tanya jawab di instagram terkait produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen	2 jam	
6/2/2024		Diskusi hasil riset produk yang diinginkan konsumen	Melakukan diskusi terkait hasil riset di instagram dalam menentukan produk yang akan dimasukkan dalam isian hampers	1 jam	
07/02/24		Melakukan diskusi untuk membuat desain produk bersama bagian produksi	Melakukan diskusi untuk membuat desain produk hampers bersama bagian produksi	3 jam	
07/02/24		Menentukan desain produk bersama bagian produksi	Menentukan desain produk yang telah dibuat dan akan digunakan untuk hampers	1 jam	
07/02/24		Melakukan survei online di shopee dan instagram	Mengamati dan mencari ide untuk produk hampers terupdate di shopee dan instagram	3 jam	
08/02/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Solo	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga di Pasar Grosir Solo, BTC dan Pasar Klewer dengan harga yang ada di Jogja dan toko online	9 jam	

08/02/24		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Solo	Melakukan diskusi terkait hasil survey di Pasar Grosir Solo, BTC dan Pasar Klewer untuk mempertimbangkan produk yang akan digunakan untuk isian hampers	1 jam	
09/02/24		Mencari ide konten feed instagram untuk sneak peek produk	Mengamati dan mencari ide konten untuk feed instagram di pinterest dan instagram	1 jam	
09/02/24		Mencari ide konten video reels & tiktok untuk sneak peek produk	Mengamati dan mencari ide konten untuk video reels dan tiktok di media sosial	1 jam	
09/02/24		Mencari ide games untuk di instastory	Mengamati dan mencari ide games untuk followers di instagram dan pinterest	1 jam	
09/02/24		Mencari ide caption untuk konten sosial media	Mencari ide caption untuk penjelasan produk di instagram dan google	30 menit	
10/02/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati dan mempertimbangkan harga produk di pasar bringharjo seperti mukena, sajadah, jilbab, scrunchie dan barang" seperti bunga, tumbler dan souvenir lain yang bisa dimasukkan dalam isian hampers	8 jam	
10/02/24		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo dan adele untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
11/02/24		Melakukan diskusi untuk menentukan produk yang akan diproduksi kemudian dipasarkan	Melakukan diskusi dan menentukan isian hampers yang akan diproduksi pada pekan pertama	2 jam	
11/02/24		Melakukan survei online di shopee dan instagram	Mengamati dan mencari ide di instagram dan shopee terkait konten islami yang menarik	3 jam	
11/02/24		Survei tempat pengambilan foto &	Mencari tempat pengambilan foto dan video untuk produk sneak peek	3 jam	

		video untuk sneak peek produk			
11/02/24		Mempersiapkan kebutuhan pengambilan foto & video untuk sneak peek produk	Mempersiapkan kebutuhan foto dan video produk untuk hampers	1 jam	
				50 jam 30 menit	

Pekan 2:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
senin, 12/2/24		Melakukan riset terkait produk hampers muslim terupdate di media sosial dan e-commerce	Mengamati dan membandingkan produk hampers muslim terupdate di instagram dan pinterest	3 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online	Melakukan diskusi terkait hasil riset produk dari beberapa toko online di instagram dan pinterest	1 jam	
		Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via online	Mencari packaging produk hampers di beberapa produsen online di instagram	3 jam	
		Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via offline	Mencari dengan mendatangi rumah produksi box untuk produk hampers di beberapa produsen yang ada di Yogyakarta	8 jam	
kamis, 15/2/24		Mencari ide untuk membuat konten plan	Mengamati dan mencari ide di instagram, tiktok dan pinterest untuk membuat konten plan hampers yang islami	3 jam	
		Melakukan diskusi untuk membuat konten sneak peek	Menentukan hasil diskusi dengan anggota tim untuk membuat konten sneak peak	1 jam	
		Mengambil foto dan mengedit produk untuk sneak peek	Melakukan pengambilan foto produk bersama anggota tim di kos	4 jam	

		Membuat jadwal waktu untuk pengunggahan konten di sosial media	Membuat jadwal waktu untuk pengunggahan konten di instagram dan tiktok	1 jam	
jumat, 16/2/24		Mencari ide terkait konten-konten Islami	Mengamati dan mencari ide di instagram dan tiktok terkait konten-konten islami	3 jam	
		Melakukan koordinasi untuk memulai produksi bersama tim	Melakukan koordinasi untuk memulai proses produksi hampers	3 jam	
sabtu, 17/2/24		Mencari akun kompetitor lain untuk dijadikan perbandingan	Mencari akun kompetitor lain di instagram dan shopee untuk dijadikan perbandingan	3 jam	
		Riset produk terupdate dari beberapa toko online	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	4 jam	
		Diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko di instagram dan shopee	1 jam	
Minggu, 18/2/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
				48 jam	

Pekan 3:

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 19/02/24	Minggu ke-2	Mengunggah dan membuat caption konten sneak peek di sosial media	Membuat, mengunggah dan menulis caption di feed instagram untuk konten sneak peek	3 jam	
		Melakukan survei di instastory terkait produk seperti apa yang diinginkan konsumen	Membuat story tanya jawab di instagram terkait produk seperti apa yang diinginkan oleh konsumen	3 jam	
		Membuat dan mengunggah konten tiktok	Membuat konten sneak peek di tiktok	3 jam	
Selasa, 20/02/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
Rabu, 21/02/24		Mempersiapkan kebutuhan foto produk	Mempersiapkan kebutuhan untuk melakukan foto produk hijab pashmina shimmer	1 jam	
		Melakukan foto produk	Mengambil foto hampers pashmina shimmer	3 jam	
Kamis, 22/02/24		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	3 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko di instagram dan shopee	2 jam	
Jumat, 23/02/24		Membuat, mengunggah dan membuat caption	mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	4 jam	

		foto di feed instagram			
		Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami	Mengamati dan mencari ide di instagram dan tiktok terkait konten-konten islami	3 jam	
		Membuat dan mengunggah konten instastory	Membuat dan mengupload konten instastory instagram	3 jam	
				38 jam	

Pekan 4:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 26/02/24		Riset produk baru dari beberapa toko online	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	4 jam	
		Diskusi dan menentukan hasil riset untuk produk baru dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko di instagram dan shopee	2 jam	
		Melakukan evaluasi bersama anggota tim	Melakukan diskusi terkait program apa saja yang sudah terealisasi dan belum terealisasi	1 jam	
Selasa, 27/02/24		Mencari ide konten islami baru untuk sosial media instagram dan tiktok	Mengamati dan mencari ide di instagram dan tiktok terkait konten-konten islami	4 jam	
		Membuat dan mengunggah foto produk di feed instagram	mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
		Mengedit konten video sosial media dibantu dengan anggota tim	Mengedit konten untuk video tiktok dibantu dengan anggota tim	3 jam	
Rabu, 28/02/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan	8 jam	

			berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.		
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
Kamis, 29/02/24		Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram)	Melakukan live streaming di shopee	2 jam	
		Memperbaharui dekorasi tampilan toko di shopee	Memperbaharui dekorasi tampilan feed di e-commerce shopee	3 jam	
		Mengunggah foto dan membuat penjelasan dan caption produk di shopee	Mengunggah foto atau memasukkan update barang baru di shopee dan membuat penjelasan produk di shopee	3 jam	
jumat, 30/02/24		Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram)	Melakukan live streaming di tiktok	2 jam	
		Membuat dan mengunggah konten di instastory	Membuat dan uploed konten di instastory instagram	3 jam	
				40 jam	

Pekan 5:

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 04/03/24		Melakukan riset di sosial media dan e-commerce terkait konsep hampers muslim terupdate untuk produk baru	Mencari ide di pinterest dan instagram terkait konsep untuk produk hampers terupdate	3 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko online	Diskusi untuk menentukan konsep yang akan dipilih	2 jam	
Selasa, 05/03/24		Mengedit konten foto produk instagram	Mengedit foto untuk feed instagram	3 jam	

		Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram	Mengunggah dan upload serta memberi caption pada feed instagram	3 jam	
Rabu, 06/03/24		Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di pasar bringharjo untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
Kamis, 07/03/24		Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten	Mencari ide dan inspirasi di pinterest dan instagram untuk membuat konten	3 jam	
		Mengedit dan mengunggah instastory	Mengedit dan upload instastory di instagram	3 jam	
Jumat, 08/03/24		Melakukan Kegiatan Jumat berkah	Merealisasikan kegiatan jumat berkah di sekitar kost	2 jam	
		Melakukan live (tiktok, instagram dan shopee)	Melakukan live di shopee dan tiktok (ada dua sesi)	4 jam	
Sabtu, 09/03/24		Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat konten dan mengupload di tiktok	3 jam	
Minggu, 10/04/24	Minggu 4	Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat konten dan mengupload di tiktok	4 jam	
				41 jam	

Pekan 6:

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 11/03/24		Mencari influencer untuk endorsmen	Mencari influencer di instagram untuk melakukan endorsmen	4 jam	
		Mencari ide konten islami untuk minggu depan	Mencari ide dan inspirasi di pinterest dan instagram untuk membuat konten	3 jam	
	Minggu 7	Melakukan endorsmen dengan influencer	Melakukan endorsmen dengan influencer Refina	2 jam	Rp 150.000
Selasa, 12/03/24		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati kualitas produk mempertimbangkan harga di jolie acc serta mencari kue kering di pasar Kranggan dan beberapa swalayan yang ada di Yogyakarta	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset di Jolie acc dan pasar Kranggan untuk menentukan barang yang akan dimasukkan dalam hampers	1 jam	
Rabu, 13/03/24		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	3 jam	
		Diskusi hasil riset dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset produk terupdate dari beberapa toko di instagram dan shopee	4 jam	
		Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat konten dan meng upload di tiktok	3 jam	
		Mengunggah foto dan membuat caption serta penjelasan produk di shopee	Mengunggah foto atau memasukkan update barang baru di shopee dan membuat penjelasan produk di shopee	3 jam	
Kamis, 14/03/24		Update stock produk hampers di e-commerce	Update untuk stock produk yang ada di e-commerce	2 jam	

		Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat konten dan meng upload di tiktok	3 jam	
Jum'at, 15/03/24		Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi	Packing untuk keperluan endorse dan mengirimkan produk ke ekspedisi si cepat	3 jam	
		Membuat dan mengunggah konten di feeds instagram	Mengunggah dan upload serta memberi caption pada feed instagram	3 jam	
		Membuat dan mengunggah konten untuk instastory	Mengedit dan upload instastory di instagram	3 jam	
				45 jam	

Pekan 7:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 25/03/24		Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat dan mengunggah konten video untuk up di tiktok	3 jam	
		Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram	Mengunggah dan membuat caption untuk feed instagram	3 jam	
		Melakukan live tiktok	melakukan live di tiktok	2 jam	
Selasa, 26/03/24		Mempersiapkan kebutuhan foto produk	Mempersiapkan kebutuhan untuk foto produk	1 jam	
		Melakukan foto produk baru	Melakukan foto produk baru di kos	3 jam	
		Mengedit foto dan video produk	Mengedit foto dan video produk baru	4 jam	
		Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi	Melakukan packing dan pengiriman sesuai pesanan via marketplace	2 jam	
Rabu, 27/03/24		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mencari stok produk untuk penambahan event 4.4 di petra cc dan jolie	8 jam	

		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset dari petra acc dan jolie	1 jam	
kamis. 28/03/24		Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	Membuat dan mengunggah konten video untuk up di tiktok	3 jam	
		Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram	Mengunggah dan membuat caption untuk feed instagram	3 jam	
Jumat, 29/03/24		Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten	Mencari ide dan inspirasi di sosial media instagram, tiktok dan pinterest untuk membuat konten	3 jam	
		Membuat dan mengunggah instastory	Mengunggah instastory di instagram	3 jam	
		Membuat konten sneak peek produk baru dibantu bagian produksi	Membuat konten sneak peek dibantu dengan bagian produksi	3 jam	
				42 jam	

Pekan 8:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin, 01/04/24		Melakukan evaluasi dengan anggota tim	Melakukan diskusi dengan tim terkait program apa saja yang sudah dijalankan	1 jam	
		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati dan membandingkan harga di pasar Bingharjo, serta membeli barang untuk penambahan stok di adele babarsari	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi dengan tim hasil suvey dari beberapa toko di Yogyakarta	1 jam	
		Packing pesanan online dan	Melakukan packing pesanan dan mengirimkan ke ekspedisi	2 jam	

		mengirimkan ke ekspedisi			
Selasa, 02/04/24		Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru	Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten	3 jam	
		Membuat dan mengunggah instastory	Membuat dan mengunggah instastory instagram	3 jam	
		Mengedit konten foto produk feed instagram	Mengedit dan upload foto di feed instagram	3 jam	
Rabu, 03/04/24		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Melakukan riset terkait produk terupdate di shopee dan instagram	3 jam	
		Diskusi hasil riset dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko online	1 jam	
		Packing pesanan online dan mengirimkan ke ekspedisi	Melakukan packing pesanan dan mengirimkan ke ekspedisi	2 jam	
Kamis, 04/04/24		Melakukan live tiktok	Melakukan live di tiktok	3 jam	
		Membuat dan mengunggah konten video tiktok	Membuat dan mengunggah video tiktok	3 jam	
				33 jam	

Pekan 9

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin,		Melakukan riset terkait konsep hampers terbaru yang akan direalisasikan bersama tim	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	4 jam	
		Diskusi dan menentukan produk baru yang akan diproduksi bersama tim	Melakukan diskusi untuk menentukan produk baru yang akan diproduksi	2 jam	

Selasa,		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melihat dan mengamati beberapa produk yang ada di adele babarsari dan pasar bringharjo	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil survei dari beberapa toko yang ada di Yogyakarta	1 jam	
Rabu,		Membuat dan mengunggah game di instastory	Mengunggah story di instagram	3 jam	
		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Melakukan riset di beberapa toko online yang ada di instagram dan shopee terkait produk terupdate	3 jam	
		Diskusi hasil riset dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko online	1 jam	
jumat	Minggu 8	Melakukan diskusi dengan tim untuk mengadakan kegiatan jumat berkah	Melakukan diskusi dengan tim untuk berbagi jumat berkah	30 menit	
	Minggu 8	Melakukan kegiatan jumat berkah	Melakukan jumat berkah disekitar jalan kaliurang	3 jam	
Jumlah				25 jam 30 menit	

Pekan10:

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin,		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Mengamati, mencari ide dan membandingkan produk terupdate di instagram dan shopee dari toko satu ke toko yg lain	3 jam	
		Diskusi hasil riset dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko online	1 jam	
Selasa,		Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru	Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten	3 jam	

		Update stok produk dengan bagian produksi untuk kebutuhan toko online bytheluxe	Melakukan update stok produk dengan bagian produksi untuk kebutuhan toko online	2 jam	
Rabu,		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati dan membandingkan harga untuk beberapa produk baru seperti packaging dan beberapa aksesoris yang bisa di masukan dalam box di adele dan jolie	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil survey dari beberapa toko yang ada di Yogyakarta	1 jam	
Kamis,		Melakukan foto produk	Persiapan dan melakukan foto produk baru	4 jam	
Jumat,	Minggu 9	Mengunggah dan membuat caption foto produk di instagram feeds	Mengunggah foto di feeds instagram dan mencari ide caption	4 jam	
	Minggu 9	Membuat dan mengunggah instastory	Membuat dan mengunggah story di instagram	3 jam	
Jumlah				29 jam	

Pekan 11:

Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin,	Minggu 9	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram)	Melakukan live di shopee	2 jam	
	Minggu 9	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
		Membuat dan mengunggah instastory	Membuat dan mengunggah instastory di instagram	3 jam	

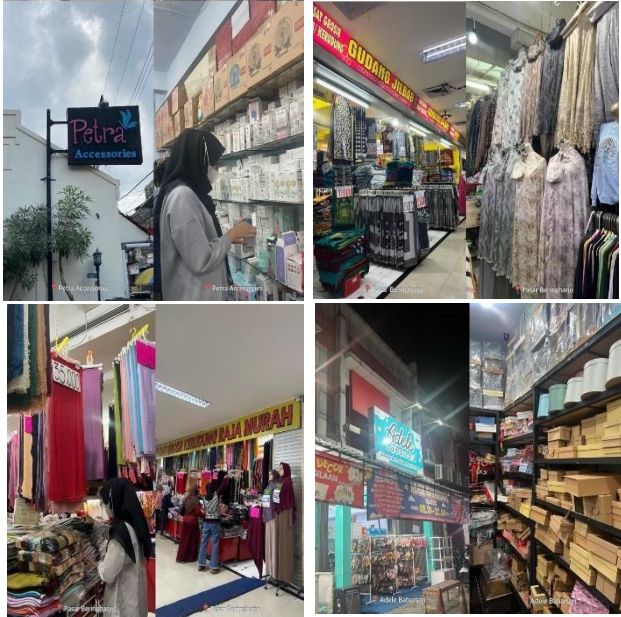
	Minggu 10	Mengunggah produk baru dan membuat penjelasan di shopee	Mengunggah, memberi penjelasan produk dan update stok produk baru di shopee	3 jam	
Selasa,	Minggu 10	Melakukan live (tiktok, shopee dan instagram)	Melakukan live di tiktok	2 jam	
		Mencari ide konsep untuk foto produk baru bersama tim	Mencari ide konsep untuk foto produk baru di instagram dan pinterest	3 jam	
	Minggu 9	Mengedit dan membuat konten tiktok	Mengedit dan membuat konten video di tiktok	3 jam	
		Membuat dan mengunggah di feed Instagram dibantu bagian produksi	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
Rabu,		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Mengamati dan membandingkan harga serta kualitas bahan di jolie dan adele babarsari serta membeli beberapa barang untuk sampling produk baru	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko grosir Yogyakarta	1 jam	
	Minggu 10	Membuat dan mengunggah feed instagram	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
Kamis,		Mempersiapkan foto produk	Mempersiapkan kebutuhan untuk foto produk baru	1 jam	
		Melakukan foto produk baru	Melakukan foto produk baru di kos	3 jam	
		Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di instagram	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
Jumat		Membuat dan mengunggah instastory	Membuat dan mengunggah instastory di instagram	2 jam	
		Mencari ide konten baru di sosial media	Mencari ide konten baru di instagram, tiktok dan pinterest	3 jam	

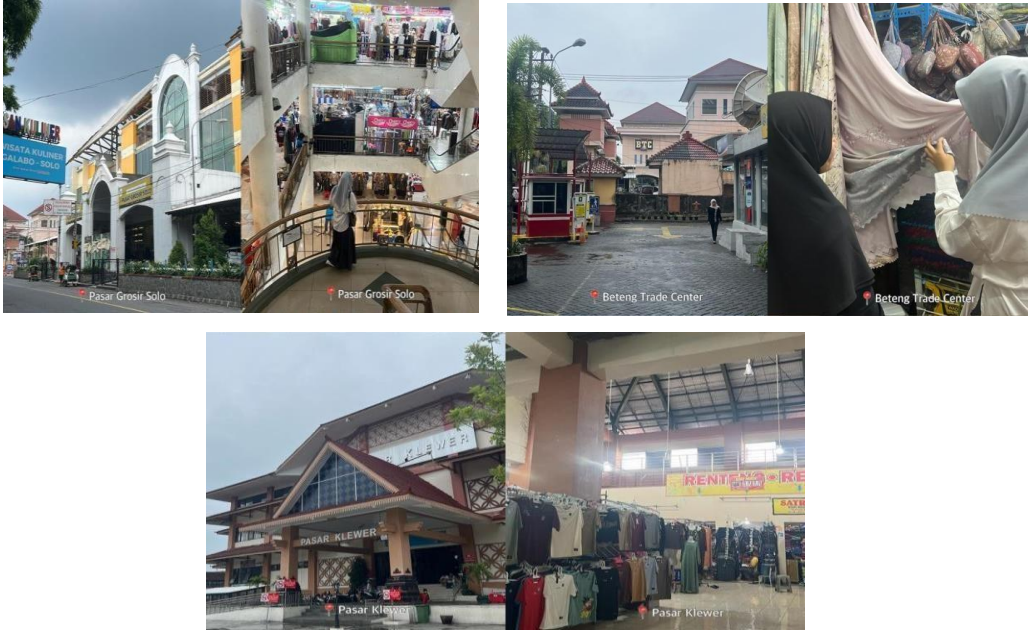
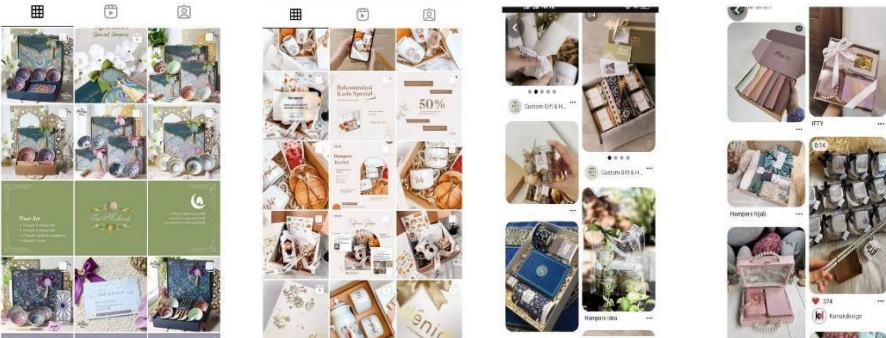
		Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram	Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
				49 jam	

Pekan 12:					
Tanggal	Tambahan (Minggu)	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Senin		Melakukan evaluasi kinerja tim	Melakukan evaluasi dengan anggota tim terkait program kerja yang sudah dijalankan	1 jam	
		Update stok produk dengan bagian produksi untuk kebutuhan toko online bytheluxe	Melakukan update stock produk dengan bagian produksi terkait kebutuhan toko online	1 jam	
		Mencari ide dan inspirasi untuk konten baru	Mencari ide dan inspirasi untuk konten baru	3 jam	
Selasa		Membuat dan mengunggah konten video tiktok	Melakukan pengunggahan konten video di tiktok	3 jam	
		Melakukan live shopee	Melakukan live di shopee	2 jam	
		Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	Melakukan riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online	3 jam	
Rabu		Diskusi hasil riset dari beberapa toko online	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko online	1 jam	
		Melakukan live tiktok	Melakukan live di tiktok	2 jam	
		Membuat dan mengunggah instastory	Membuat dan mengunggah instastory	3 jam	
		Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk instagram	Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto di feed instagram	3 jam	
		Mengedit konten video tiktok	Membuat dan mengedit video tiktok	3 jam	
kamis		Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta	Melakukan survei produk di adele dan jolie yogyakarta untuk melihat produk terbaru	8 jam	
		Diskusi hasil riset produk dari beberapa	Melakukan diskusi hasil riset dari beberapa toko	1 jam	

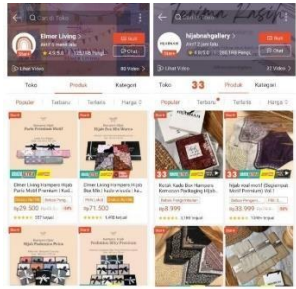
		toko grosir di Yogyakarta	grosir yang ada di Yogyakarta		
Jumat		Membuat dan mengunggah konten video tiktok	Membuat dan mengunggah konten video di tiktok	3 jam	
		Melakukan kegiatan jumat berkah	Melakukan kegiatan jumat berkah	3 jam	
				40 jam	

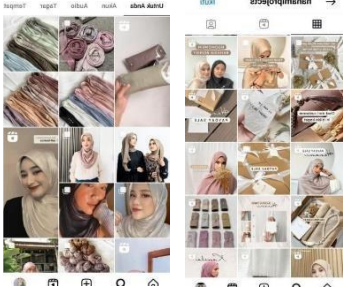
C. Bukti Agenda Kegiatan

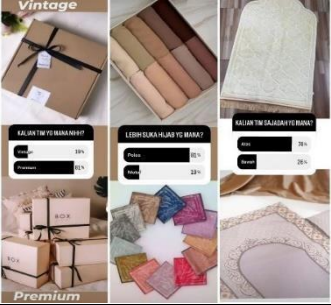
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 1
1	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
2	<p>Melakukan riset disosial media</p> 

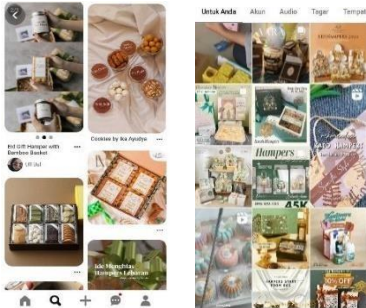
3	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Solo</p> 
4	<p>Mencari ide konten</p> 

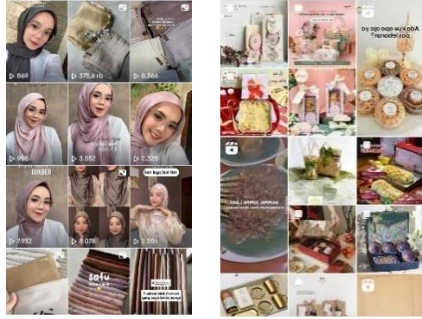
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 2
1	<p>Melakukan riset terkait produk hampers muslim terupdate di media sosial dan e-commerce</p> 

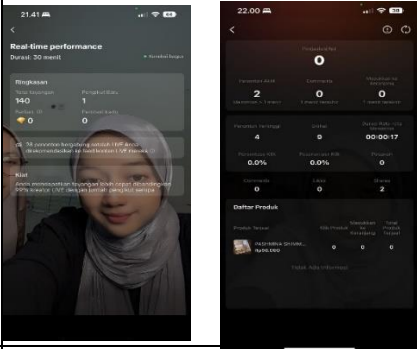
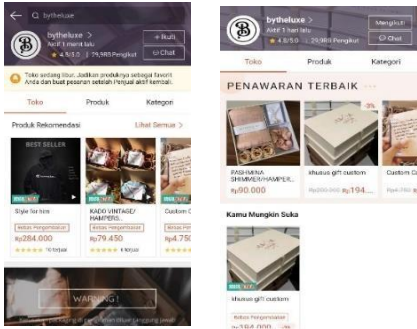
2	<p>Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via online</p> 
3	<p>Melakukan survei packaging produk dari beberapa produsen via offline</p> 
4	<p>Mencari ide untuk membuat konten plan</p> 
5	<p>Mencari akun kompetitor lain untuk dijadikan perbandingan</p> 
6	<p>Mencari ide terkait konten-konten Islami di instsgram</p>

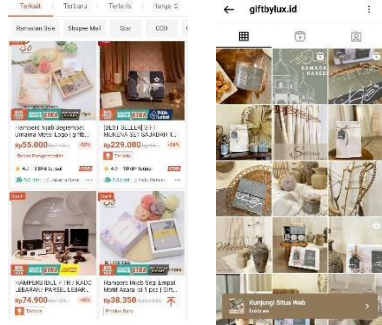
	
7	<p>Melakukan foto produk bersama anggota tim</p> 
8	<p>Riset produk terupdate dari beberapa toko online</p> 
9	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 

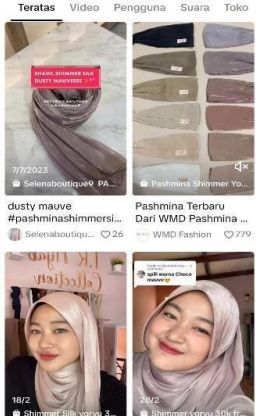
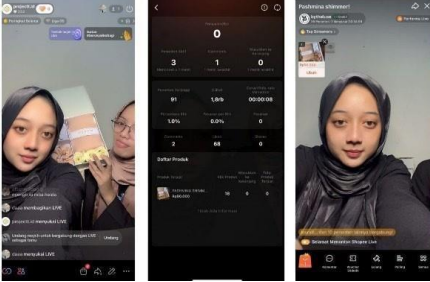
No	Bukti Agenda Pekan 3
1	<p>Mengunggah dan membuat caption konten sneak peek di sosial media</p> 
2	<p>Melakukan survei di instastory terkait produk seperti apa yang diinginkan Konsumen</p> 
3	<p>Membuat dan mengunggah konten tiktok (https://vt.tiktok.com/ZSFuXehgY/)</p> 
4	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
5	<p>Melakukan foto produk</p>

	
6	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p> 
7	<p>Membuat, mengunggah dan membuat caption foto di feed Instagram</p> 
8	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami</p> 

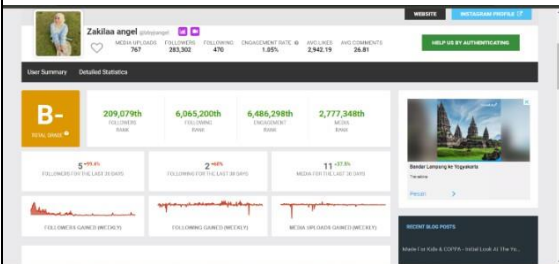
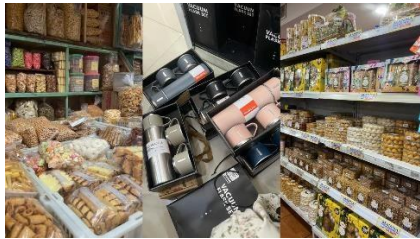
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 4
1	<p>Riset produk baru dari beberapa toko online</p> 
2	<p>Mencari ide konten islami baru untuk sosial media instagram dan tiktok</p> 
3	<p>Membuat dan mengunggah foto produk di feed instagram</p> 
4	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
5	<p>Melakukan live tiktok</p>

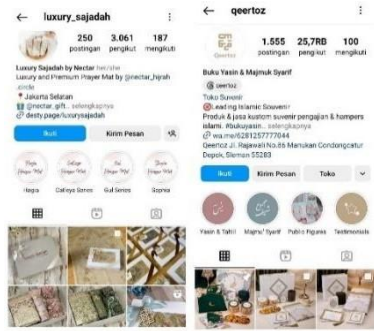
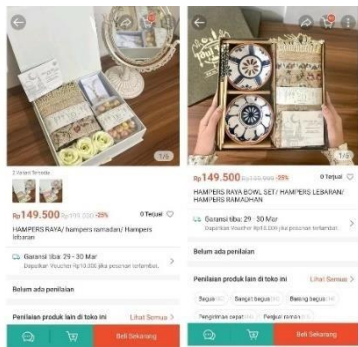
	
6	<p>Memperbaharui dekorasi tampilan toko di shopee</p> 
7	<p>Mengunggah foto dan membuat penjelasan dan caption produk di shopee</p> 
8	<p>Melakukan live tiktok</p> 

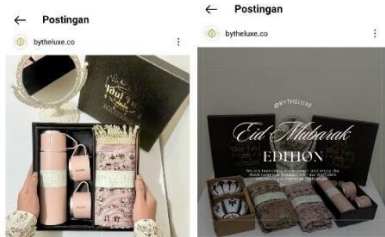
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 5
1	<p>Melakukan riset di sosial media dan e-commerce terkait konsep hampers muslim terupdate untuk produk baru</p> 
2	<p>Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram</p> 
3	<p>Melakukan survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
4	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten</p>

	
5	<p>Melakukan live (tiktok dan shopee)</p> 
6	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p> <p>(https://vt.tiktok.com/ZSFuq4VuL/)</p> 
7	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p>

	<p>(https://vt.tiktok.com/ZSFuq4eFK/)</p> 
--	--

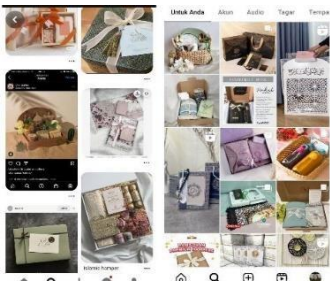
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 6
1	<p>Mencari influencer untuk endorsmen</p> 
2	<p>Mencari ide konten islami untuk minggu depan</p> 
3	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
4	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p>

	
5	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p> <p>https://vt.tiktok.com/ZSFQbQy4a/</p> 
6	<p>Mengunggah foto dan membuat caption serta penjelasan produk di shopee</p> 
7	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p> <p>https://vt.tiktok.com/ZSFQbwsJM/</p>

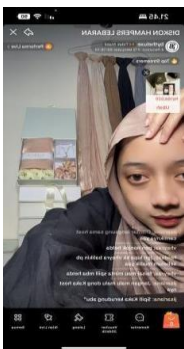
	
8	<p>Membuat dan mengunggah konten di feeds instagram</p> <div>  <p>bytheluxe.co</p> <p>Disukai oleh adafatasyati... dan lainnya bytheluxe.co Steps yang masih bingung cari hampers lhaman</p> <p>Hampers Ed Mubarak Edition by "bytheluxe"</p> <p>"Hampers nya kumder wit" salah satu kuku hampers terbaru kami, include</p> </div>

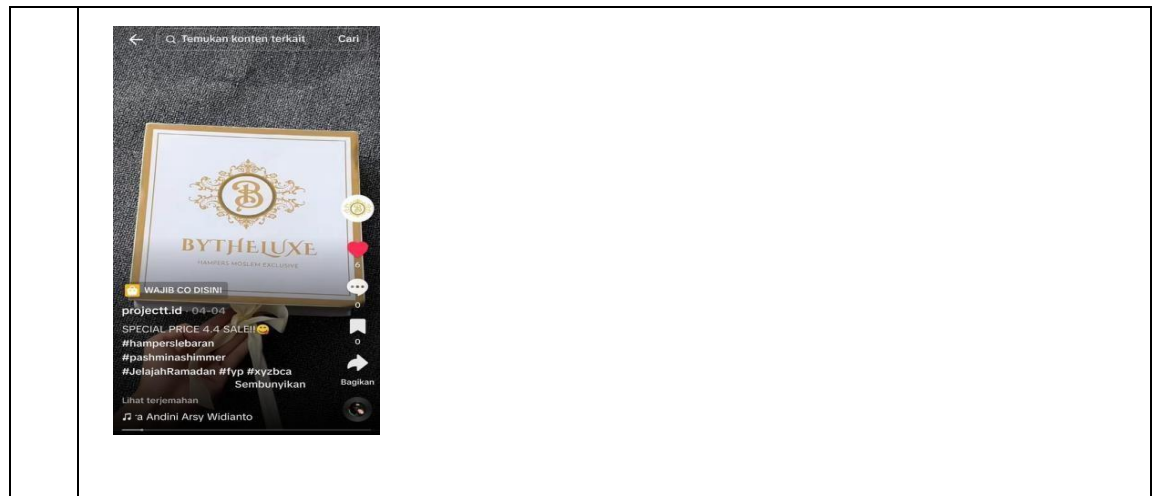
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 7
1	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p> <p>https://vt.tiktok.com/ZSFwJ2bhX/</p> 

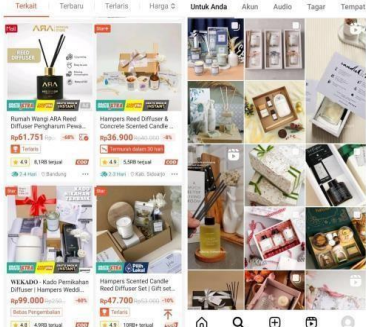
	
7	<p>Membuat dan mengunggah konten video di tiktok</p> <p>https://vt.tiktok.com/ZSFwJrvng/</p> 
8	<p>Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed instagram</p> 
9	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk membuat konten</p>

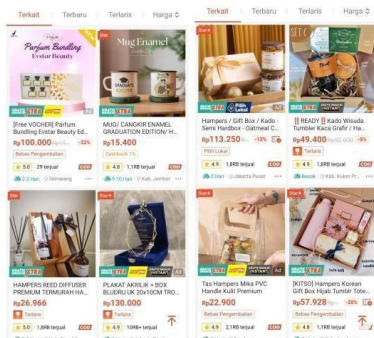
	
--	---

No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 8
1	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
2	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru</p> 
3	<p>Mengedit konten foto produk feed Instagram</p>

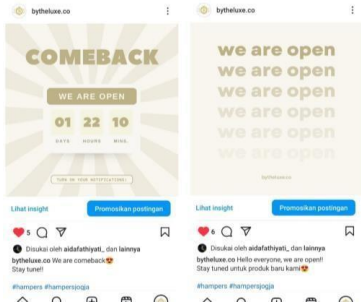
	 <p>bytheluxe.co</p> <p>Disukai oleh aidafathyati_ dan 3 lainnya</p> <p>bytheluxe.co H- berapa nih menuju lebaran? Yukk mampir dulu yang masih nyari hampers buat orang tersayang 🥰</p> <p>Material mukena : santorini silk</p> <p>#mukenasantorinisilk #hamperslebaran #hampers</p>
4	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p>  <p>ohhijab.id</p> <p>2.077 postingán 103RB pengikut 462 mengikuti</p> <p>OHHJAB Grosir Hijab Since 2018 Desain & fashion Offline Store @ohhijab store Kota Depok, Jawa Barat</p> <p>Available at ... selengkapnya msha.kerohijab dan 4 lainnya</p> <p>Kirim Pesan Kontak</p> <p>Ciput Basic Shimmer Lux... Packing Order @zayminda...</p>
5	<p>Melakukan live tiktok</p> 
6	<p>Membuat dan mengunggah konten video tiktok</p> <p>https://vt.tiktok.com/ZSFwJwnFK/</p>

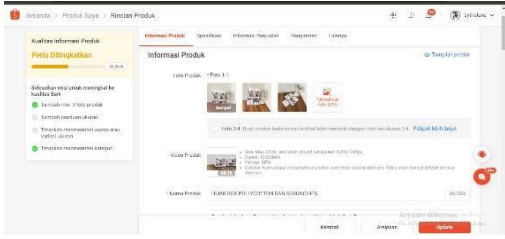


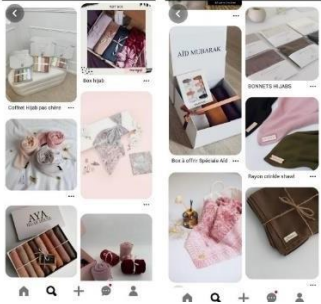
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 9
1	<p>Melakukan riset terkait konsep hampers terbaru yang akan direalisasikan bersama tim</p> 
2	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 

3	<p>Membuat dan mengunggah game di instastory</p> 
4	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p> 
5	<p>Melakukan kegiatan jumat berkah</p>

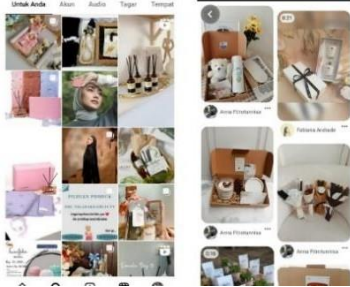
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 10
1	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p> 

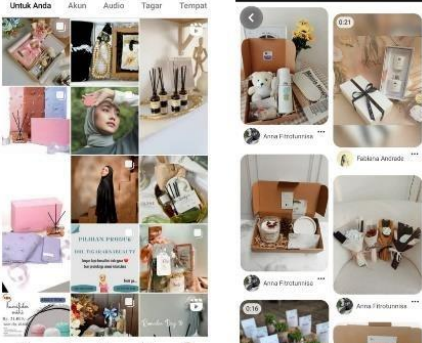
2	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk konten islami baru</p> 
3	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
4	<p>Melakukan foto produk</p> 
5	<p>Mengunggah dan membuat caption foto produk di instagram feeds</p> 

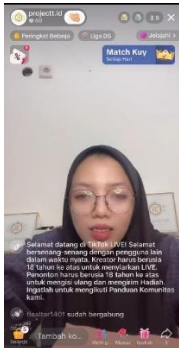
No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 11
1	<p>Melakukan live shopee</p> 
2	<p>Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di feed instagram</p> 
3	<p>Mengunggah produk baru dan membuat penjelasan di shopee</p> 
4	<p>Melakukan live tiktok</p> 

5	<p>Mencari ide konsep untuk foto produk baru bersama tim</p> 
6	<p>Mengedit dan membuat konten tiktok</p> <p>(https://vt.tiktok.com/ZSYNtMtS1/)</p> 
7	<p>Membuat dan mengunggah di feed Instagram dibantu bagian produksi</p> 
8	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 

9	<p>Membuat dan mengunggah feed instagram</p> 
10	<p>Mempersiapkan foto produk</p> 
11	<p>Melakukan foto produk baru</p> 
12	<p>Membuat, mengunggah dan membuat caption foto produk di Instagram</p> 
13	<p>Mencari ide konten baru di sosial media</p>

	
14	<p>Membuat, mengunggah dan membuat caption di feed Instagram</p> 

No	Bukti Agenda Kegiatan Pekan 12
1	<p>Mencari ide dan inspirasi untuk konten baru</p> 

2	<p>Membuat dan mengunggah konten video tiktok</p> 
3	<p>Riset terkait produk terupdate dari beberapa toko online</p> 
4	<p>Melakukan live tiktok</p> 
5	<p>Mengedit, mengunggah dan membuat caption foto produk instagram</p> 

6	<p>Survei produk di beberapa toko grosir di Yogyakarta</p> 
7	<p>Membuat dan mengunggah konten video tiktok</p> 

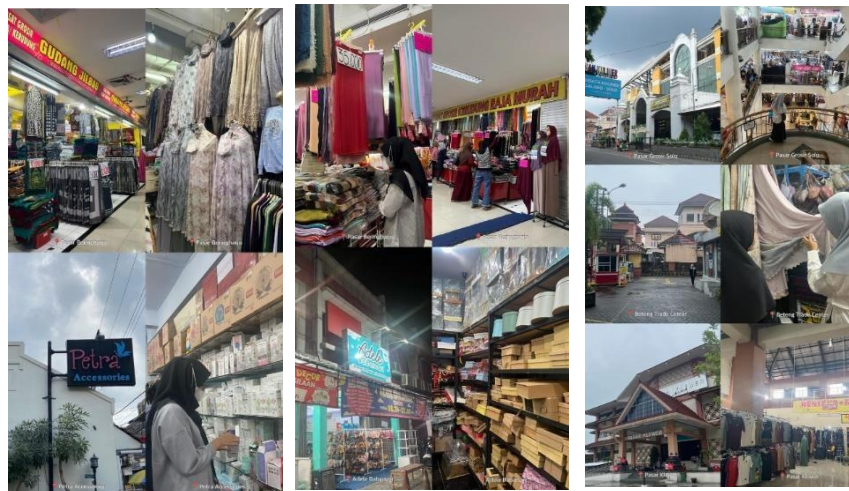
D. Laporan Hasil Riset

• Laporan Riset Bahan Baku Pekan 1

1. Melakukan survey supplier riset bahan baku

Untuk mencari inspirasi terhadap hampers yang akan diproduksi kami melakukan riset bahan baku di beberapa supplier yang ada di Yogyakarta. Pada pekan pertama kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi toko yang ada di Yogyakarta dan Solo. Riset di Yogyakarta dilakukan selama dua kali dalam satu pekan. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya.

Survey ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi. Kemudian kami melakukan survey kualitas produk di beberapa pasar grosir di Solo. Pertama kami melakukan survey di Pasar Grosir Solo (PGS), disana kami melakukan survey kualitas produk seperti hijab segi empat, hijab pashmina, scrunchie, ciput, sajadah dan mukena dengan mendatangi beberapa toko yang ada di dalam PGS dengan membandingkan kualitas produk dan harga dari satu toko ke toko yang lain. Kedua kami melakukan survey di Benteng Trade Center (BTC), sama dengan di PGS kami juga melakukan perbandingan antara kualitas produk, bahan produk dan harga produk dari satu toko ke toko lain. ketiga kami melakukan survey di pasar Klewer sama seperti survey yang dilakukan di PGS dan BTC.



Dalam melakukan riset bahan baku kami melakukan survey secara offline dan online. Survey dilakukan dengan mendatangi toko secara langsung di Pasar Brinjarjo, Petra Accesories dan Adele Babarsari yang ada di Yogyakarta dengan menganalisis dan mengamati berbagai produk yang ada dalam toko tersebut. Serta membandingkan harga antara toko satu dengan yang lainnya. Dan membandingkan harga antara toko offline serta toko online.

Kesimpulan dari survey tersebut kami belum bisa menentukan untuk produk hampers yang akan diproduksi karena masih membutuhkan pertimbangan antara kualitas, harga dan budget yang diinginkan, namun dari hasil survey tersebut kami dapat membandingkan kualitas barang serta harga dari toko yang berbeda.

2. Laporan Riset Sosial Media Pekan 1

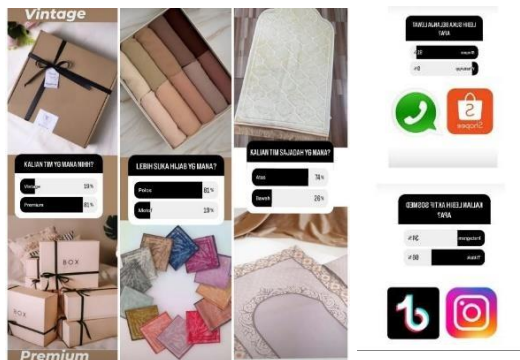
Riset social media dilakukan untuk menentukan pilihan produk apa yang disukai oleh konsumen. Untuk itu penulis juga telah melakukan riset pasar melalui akun media social instagram terkait minat gen z dalam memilih produk hijab dan perlengkapan solat. Riset di media social juga dilakukan untuk berinteraksi dengan konsumen.

Riset ini dilakukan di instastory Instagram dengan membuat pertanyaan kemudian konsumen akan memilih dari jawaban atas pertanyaan tersebut.

- a. Box vintage dan premium: konsumen lebih banyak memilih box vintage dengan hasil 81% dan box premium 19%
- b. Hijab polos dan motif: konsumen lebih banyak memilih hijab polos dengan hasil 81% dan hijab motif 19%
- c. Sajadah kubah dan motif: konsumen yang memilih sajadah kubah lebih banyak daripada sajadah motif. Sajadah kubah 74% sedangkan sajadah motif 26%

Untuk menentukan e-commerce dan social media seperti apa yang disukai oleh konsumen saya melakukan riset di story instagram dengan membuat pilihan.

- a. Shopee dan Whatsapp: konsumen lebih banyak menggunakan shopee sebagai media untuk berbelanja online dengan hasil 91%. Sedangkan untuk whatsapp hanya 9%.
- b. Instagram dan TikTok: konsumen lebih aktif menggunakan social media tiktok dengan hasil 66%. Sedangkan untuk instagram 34%.



Setelah melakukan riset pasar melalui social media, kesimpulan dari riset tersebut adalah produk bisnis hampers eksklusif bytheluxe yang dapat menarik generasi z yaitu dengan menggunakan kemasan box yang lebih premium, memilih hijab polos dengan warna earth tone. Selain menciptakan produk, pada bagian pemasaran juga akan dilakukan melalui social media whatsapp, tiktok dan instagram. Sedangkan untuk penjualan, penulis memilih untuk melakukan

penjualan online melalui social media seperti instagram, tiktok dan whatsapp dan di e-commerce shopee.

- **Laporan Survei Bahan Baku Packaging Pekan 2**

1. Melakukan survei online supplier packaging

Beberapa alasan mengapa kami perlu melakukan survei online supplier untuk riset packaging karena untuk kualitas packaging sebelum nya, bytheluxe menggunakan kualitas standar seperti box kardus diecut berwarna coklat dan didekorasi karena pada saat itu bytheluxe menentukan untuk target pasar menengah kebawah dan budget produksi terbatas. Untuk saat ini, karena kami perlu adanya pengembangan bahkan peningkatan kualitas mulai dari produk hingga packaging agar jangkauan pasar bisa lebih meluas lagi. Oleh sebab itu, bytheluxe mengubah target pasar yang tadinya menengah ke bawah menjadi target pasar menengah ke atas dengan cara meningkatkan kualitas packaging menggunakan bahan baku yang lebih premium dan desain yang menarik.

Untuk metode yang kami gunakan ketika survei offline supplier riset packaging yaitu dengan cara menganalisis dan mempertimbangkan harga, desain, dan bahan baku. Media yang kami gunakan yaitu pinterest, instagram, dan shopee. Riset packaging premium di pinterest bertujuan untuk mencari dan menemukan packaging hampers apa saja yang termasuk dalam kriteria premium/ exclusive. Dari beberapa riset pinterest dengan kata kunci “packaging premium” identik dengan bentuk kotak box yang kokoh dan desain menarik menyesuaikan ciri khas dari setiap brand.

Untuk riset shopee, kami menganalisis dan mempertimbangkan segala hal mulai dari harga hingga kualitas. Toko online yang kami kunjungi bychefivan, riapoenya1, dan gelangbatu. Dari ketiga toko memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing mulai dari desain, bahan yang digunakan, dan harga yang bervariasi. Toko bychefivan bertempat di kota Malang memiliki desain unik dan kualitas yang premium namun tidak bisa custom. Toko riapoenya1 bertempat di Sleman menerima custom desain dan size. Toko gelangbatu sama dengan toko bychefivan memiliki desain unik namun tidak bisa custom size/desain.

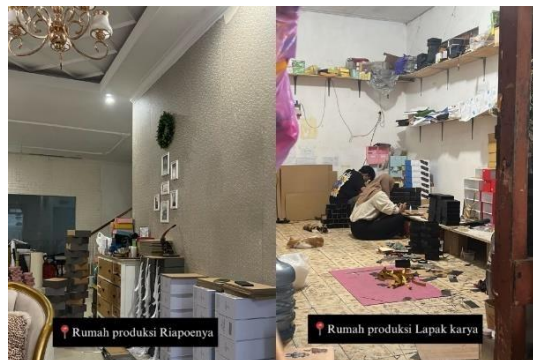
Untuk survei di instagram, kami menganalisis dan mempertimbangkan banyak hal mulai dari harga, kualitas, hingga estimasi produksi dan kami menghubungi via whatsapp. Akun yang kami kunjungi dan hubungi diantaranya yaitu studiosapibox, riapoenya1, dan cube.id. Dari ketiga akun olshop ini memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing mulai dari desain, bahan yang digunakan, waktu pengerjaan, dan harga yang bervariasi. Studiosapibox bertempat di Sleman menerima berbagai custom desain, size, dan kualitas sesuai budget namun memiliki waktu pengerjaan yang cukup lama dan sudah

full slot hingga bulan maret. Riapoenya1 bertempat di Sleman menerima custom desain, size, dan tidak ada min order. Cube.id bertempat di Mojokerto menerima berbagai custom desain, size, dan kualitas sesuai budget namun memiliki waktu pengerjaan yang cukup lama dan ada min order 20 pcs.

Kesimpulan dari Riset online packaging premium di pinterrest yaitu kami memutuskan untuk memakai packaging yang terbuat dari hardbox yang akan di desain sesuai dengan ciri khas brand bythelux, sedangkan kesimpulan dari hasil survei online terkait produsen packaging di shopee dan instagram kami belum bisa menentukan produsen untuk packaging yang akan diproduksi massal, kami masih perlu survei langsung ke tempat produksi dan kami mengusahakan untuk mencari rumah produksi yang bertempat di Yogyakarta untuk memudahkan kami mobilisasi jika terjadi sesuatu yang tidak kami inginkan.

2. Melakukan survei offline supplier riset packaging

Beberapa alasan mengapa kami perlu melakukan survei offline supplier untuk riset packaging karena kami belum bisa menentukan produsen packaging yang akan diproduksi massal, oleh karena itu kami masih perlu survei langsung ke tempat produksi dan kami berusaha untuk mencari rumah produksi yang bertempat di Yogyakarta untuk memudahkan kami controlling jika terjadi sesuatu yang tidak kami inginkan.



Untuk kunjungan ke rumah produksi kami mengunjungi dua produsen packaging di Yogyakarta, metode yang kami gunakan ketika survei offline supplier riset packaging yaitu dengan cara menganalisis dan mempertimbangkan harga, desain, dan bahan baku. Survei langsung ke rumah produksi packaging Yogyakarta bertujuan untuk melihat perbandingan kualitas dan harga packaging jenis hardbox di Yogyakarta. Survei pertama kami mengunjungi rumah produksi riapoenya di jalan kalasan Yogyakarta. Sama seperti yang sudah saya jelaskan pada survei online riapoenya menerima custom desain, size, dan tidak ada min order. Untuk survei kedua kami mengunjungi rumah produksi Lapak Karya Yogyakarta. Untuk Lapak karya sama seperti

riapoenya menerima custom desain, custom size, dan tidak ada min order. Namun untuk proses pengerjaan membutuhkan waktu cukup lama karena harus mengikuti sesuai list atau antrian yang memakan waktu kurang lebih satu bulan.

Kesimpulan dari hasil survei packaging kami mempertimbangkan dan memutuskan untuk memilih Riapoenya sebagai produksi packaging yang akan di produksi massal. Selain menerima custom desain, size, dan tidak ada min order, kami memutuskan untuk dibuatkan sampling terlebih dulu sebelum diproduksi massal. Sengaja kami memilih rumah produksi yang bertempat di Yogyakarta untuk menekan biaya pengeluaran pengiriman dan meminimalisir resiko kerusakan pada box saat pengiriman.

- **Laporan Riset Bahan Baku Pekan 3**

Untuk mencari inspirasi terhadap hampers yang akan diproduksi kami melakukan riset bahan baku di beberapa supplier yang ada di Yogyakarta. Pada pekan pertama kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya. Survei ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi.



Survei ini dilakukan dengan mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk perlengkapan alat solat seperti mukena, sajadah, jilbab di pasar bringharjo dan berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di petra accesoris.

Kesimpulan dari survey ini adalah kami akan memproduksi hijab pashmina shimmer dan silk sebagai produk pertama yang akan dikeluarkan. Dalam isian hampers nanti berupa ciput, tasbih, scrunchie dan bunga sebagai pelengkap atau sebagai hiasan untuk mempercantik isian hampers.

- **Laporan Survei Bahan Baku Pekan 4**

Pada pekan ini kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya. Survey ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi.

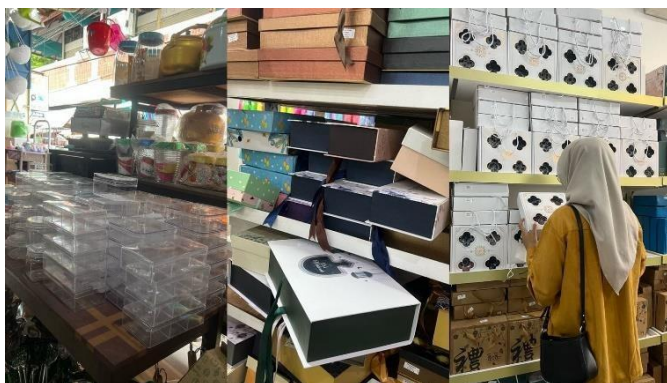


Survei ini dilakukan dengan mengamati kualitas produk dan membandingkan harga untuk berbagai barang seperti bunga, tumbler dan souvenir lain di Petra accessories Jolie. Di Petra dan Jolie kami membandingkan harga box serta kualitas bahan yang digunakan dan harga dari kedua toko tersebut. Survei juga dilakukan untuk mencari manekin di beberapa toko yang ada di Jogja. Survei dilakukan dengan metode wawancara terhadap pemilik toko tersebut.

Kesimpulan dari survey ini adalah kami mendapatkan box di Jolie dengan kualitas yang bagus dan tebal. Tetapi kami masih bingung terhadap isi dari box tersebut nantinya. Untuk manekin kami belum dapat, karena dari beberapa toko yang kami datangi untuk manekin yang dicari tidak ada.

- **Laporan Riset Bahan Baku Pekan 5**

Untuk mencari inspirasi terhadap hampers yang akan diproduksi kami melakukan riset bahan baku di beberapa supplier yang ada di Yogyakarta. Pada pekan kelima kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya.



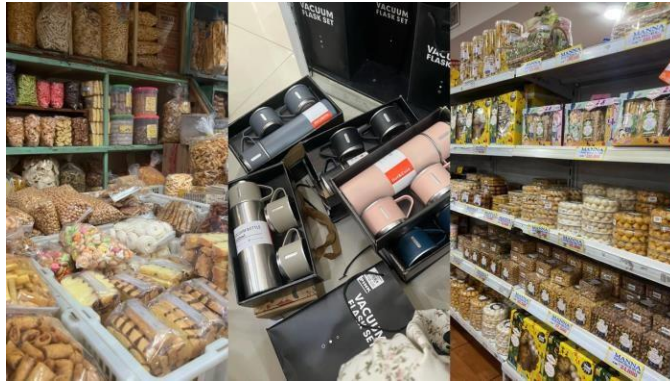
Survei offline ini dilakukan dengan mengamati kualitas produk dan membandingkan harga, survei pada pekan kelima kami mengunjungi toko peralatan rumah tangga dan Petra acc. Survei pada toko peralatan rumah tangga kami mengamati detail kualitas produk toples untuk isian hampers sesuai dengan yang kami inginkan. Kami juga mengamati detail beberapa produk seperti kotak kado, tumbler, mangkok set, isian hampers dan aksesoris lainnya di petra.

Kesimpulan dari hasil survei toko peralatan rumah tangga dan petra, kami telah mengamati beberapa kualitas produk dan harga sudah masuk budget dan sesuai dengan rencana keuangan. Untuk produk toples kami membeli untuk sampel. Kami juga telah mengamati beberapa box hampers packaging, tumbler, mangkok set dan kebutuhan hampers lainnya.

- **Laporan Survei Bahan Baku Pekan 6**

Pada pekan ini kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi beberapa toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya. Survey ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi.

Survei ini dilakukan dengan mengamati kualitas produk dan mempertimbangkan harga di jolicc. Kami juga mencari kue kering di pasar Kranggan dan beberapa swalayan yang ada di Yogyakarta, di pasar Kranggan kami mengamati kualitas kue yang dijual dan membandingkan dengan beberapa toko kue yang ada di Yogyakarta.



Kesimpulan dari survey ini adalah kami dapat inspirasi untuk produk baru edisi Ramadhan yaitu hampers dengan isian sajadah, tumbler set, mangkok set dan kue kering lainnya. Dan kami juga dapat membandingkan kualitas serta harga dari satu toko ke toko lainnya,

- **Laporan Hasil Riset Pekan 7**

Pada pekan ini kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi beberapa toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya. Survey ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi.



Survei ini dilakukan di Petra Acc dan Jolie untuk mencari penambahan stock tumbler dan mangkok set untuk event 4.4. Pada survei ini kami mengalami kesulitan karena stock barang yang ada di Petra Acc dan Jolie sudah banyak yang kosong, tetapi kami masih bisa mendapatkan barang di Jolie. Kesimpulan dari survei ini kami mencari penambahan stock barang untuk hampers yaitu tumbler dan mangkok set di Jolie. Dan kami dapat membandingkan harga dari satu toko ke toko lain.

- **Laporan Hasil Riset Pekan 8**

Pada pekan ini kami melakukan riset secara offline dengan mengunjungi beberapa toko yang ada di Yogyakarta. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kualitas produk yang akan dijadikan isian hampers. Karena hampers bytheluxe merupakan bisnis yang akan dikembangkan dari bisnis sebelumnya oleh karena itu pada pengembangan bisnis ini akan memberikan produk hampers dengan mengusung tema eksklusif pada produk yang akan dijual seperti hijab dan barang-barang seperti souvenir lainnya. Survei ini dilakukan untuk melihat detail kualitas produk yang akan digunakan sebagai isian hampers seperti bunga, tumbler, mangkok set, hijab, scrunchie, tasbih, mukena dan sajadah untuk menentukan produk hampers yang akan diproduksi.



Survei ini dilakukan di pasar Bringharjo dan Adele Babarsari, kami melakukan perbandingan harga antara toko online dan offline, dan kami juga mencari barang untuk isian hampers. Pada Adele Babarsari kami mencari mangkok set dan box untuk hampers dan di pasar Bringharjo kami mencari sajadah serta melihat kualitas pada barang tersebut.

Kesimpulan dari survei ini kami dapat membandingkan harga antara satu toko dengan toko yang lainnya dan dapat melihat perbedaan kualitas barang yang akan dijual.

- **Laporan Riset Pekan 9**

1. Melakukan survei offline supplier bahan baku untuk produk baru

Ada beberapa alasan mengapa kami perlu melakukan survei supplier untuk riset bahan baku produk baru secara offline pada hampers yang akan direalisasikan. Dan survei secara offline dilakukan secara rutin satu pekan sekali, karena kami ingin melihat perkembangan produk apa saja yang sedang trend dikalangan masyarakat dan agar dapat membandingkan kualitas bahan yang digunakan.

Untuk survei offline bahan baku pada pekan ke 9 kami mengunjungi pasar Bringharjo untuk mengamati kualitas bahan sajadah yang sesuai dengan budget yang ditentukan dan membeli beberapa produk sajadah untuk dijadikan sebagai sampling. Kemudian survei selanjutnya kami mendatangi event merch untuk berkonsultasi produk apa yang akan dijadikan sebagai isian hampers dan kami memilih mug custom. Kemudian survei yang terakhir kami mendatangi Adele Babarsari untuk melihat, mengamati dan membeli beberapa perlengkapan untuk kebutuhan produksi box, isian hampers dan aksesoris lainnya.



Kesimpulan dari hasil survei offline yang dilakukan di Pasar Bringharjo, Adele Babarsari dan Event Merch, kami telah mengamati kualitas beberapa produk dan yang sesuai dengan budget keuangan. Dan kami juga membeli beberapa produk sebagai isian hampers dan sampling seperti sajadah, mug custom, box dan aksesoris lainnya.

- **Laporan Riset Pekan 10**

1. Melakukan survei offline supplier bahan baku untuk produk baru

Ada beberapa alasan mengapa kami perlu melakukan survei supplier untuk riset bahan baku produk baru secara offline pada hampers yang akan direalisasikan. Dan survei secara offline dilakukan secara rutin satu pekan sekali, karena kami ingin melihat perkembangan produk apa saja yang sedang trend dikalangan masyarakat dan agar dapat membandingkan kualitas bahan yang digunakan.

Untuk survei offline bahan baku pada pekan ke 10 kami mengunjungi toko plastic empat puluh yang ada di jalan Kaliurang, kami mengamati detail kualitas bahan packaging yang sesuai dengan budget keuangan. Kemudian survei kedua kami mendatangi Jolie untuk melihat detail kualitas produk seperti tumbler, box packaging, handuk dan accesoris lainnya. Kemudian terakhir kami melakukan survei di Adele Babarsari dengan membeli beberapa isian hampers yang akan digunakan sebagai sampling produk baru.



Kesimpulan dari survei di toko plastic empat puluh, Jolie dan Adele Babarsari adalah kami dapat mengamati perbandingan kualitas dan harga dari satu toko ke toko lain. Dan kami juga membeli beberapa produk isian hampers di Adele Babarsari setelah membandingkan harga antara Adele dan Jolie yang sesuai dengan budget keuangan.

- **Laporan Hasil Riset Pekan 11**

1. Melakukan survei offline supplier riset bahan baku

Ada beberapa alasan mengapa kami perlu melakukan survei supplier untuk riset bahan baku produk baru secara offline pada hampers yang akan direalisasikan. Dan survei secara offline dilakukan secara rutin satu pekan sekali, karena kami ingin melihat perkembangan produk apa saja yang sedang trend dikalangan masyarakat dan agar dapat membandingkan kualitas bahan yang digunakan.



Survei offline supplier bahan baku, kami mengunjungi jolie dan adele babarsari. Survei pertama kami mendatangi jolie dengan mengamati detail kualitas untuk sampling produk baru dan membandingkan harga antara toko satu dengan yang lainnya. Survei kedua kami mengunjungi petra accesoris untuk mencari produk yang akan dijadikan sampling. Di petra juga kami mengamati dan membandingkan harga dengan toko lain. Kami mengamati dan membeli beberapa barang yang bisa dijadikan sebagai isian hampers untuk sampling produk baru.

Kesimpulan dari survei offline yang kami lakukan di jolie dan adele babarsari yaitu kami mengamati dan membandingkan harga serta kualitas bahan. Kami juga membeli beberapa sampling untuk dijadikan sebagai isian hampers produk baru serta mencari inspirasi produk apa saja yang bisa dijadikan produk baru dengan memanfaatkan box yang ada.

RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Helda Yusmarlianti, lahir di Lampung, 04 April 2001. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Umarudin dan Ibu Misyanti. Penulis berdomisili di Mesuji, Lampung. No HP: 082216971529, Alamat Email: yusmarliantihelda@gmail.com. Penulis menempuh Pendidikan di MAS Diniyyah Putri Lampung, lulus pada tahun 2020, dan melanjutkan pendidikannya di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis aktif mengikuti kepanitian yang di selenggarakan di Fakultas seperti Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XXI) dan mengikuti MBKM dalam program magang yang diselenggarakan oleh program studi Ekoomi Islam di kampus Universitas Islam Indonesia.