



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Administrasi Bisnis**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Start-Up Kemasan Box di Bandung**

Skripsi

Oleh

Sharon Chrystabelle Wiyono

2016320211

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Administrasi Bisnis**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Start-Up Kemasan Box di Bandung**

Skripsi

Oleh

Sharon Chrystabelle Wiyono

2011320026

Pembimbing

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Sharon Chrystabelle Wiyono  
Nomor Pokok : 2016320211  
Judul : Start-Up Kemasan Box di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 16 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. :

**Sekretaris**

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.:

**Anggota**

Angela Caroline, S.AB., M.M. :

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sharon Chrystabelle Wiyono  
NPM : 2016320211  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Start-Up Kemasan Box di Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Desember 2019



Sharon Chrystabelle Wiyono

## ABSTRAK

Nama : Sharon Chrystabelle Wiyono  
NPM : 2016320211  
Judul : “Start-Up Kemasan Box di Bandung”

---

Perkembangan industri kreatif terus meningkat dari tahun ke tahun maka diperlukan suatu produk inovatif yang dapat turut membantu mengembangkan industri kreatif. Di Indonesia setahun dua kali terdapat dua hari raya yang sangat penting yaitu lebaran dan natal. Setiap ada hari raya tersebut sebagian besar masyarakat memiliki tradisi untuk saling mengirimkan hadiah sebagai bentuk ucapan selamat hari raya. Penelitian awal menunjukkan kesulitan dari responden untuk menemukan box yang unik yang dapat memenuhi keinginan mereka.

Pengembangan ide bisnis dilakukan dengan menggunakan model *Design Thinking* dimulai dari tahap *empathize, define, ideate, prototype, dan Test* untuk memberikan solusi Box terbaik bagi pengguna. Pengembangan strategi bisnis dilakukan dengan menggunakan *BMC*. Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan pengguna pada tahap uji coba produk.

Bisnis yang dibangun oleh penulis diberi nama Valioso Box yang bergerak dibidang bisnis jasa penyediaan kemasan *box*. Target pasar yang dituju semula adalah individu. Namun, dalam perjalanan Valioso Box mendapatkan pesanan juga dari perusahaan/corporate. Strategi marketing yang dipakai menggunakan media social Instagram @Valioso Box. Saat ini masih belum memiliki pegawai, pengerjaan proses produksi dilakukan melalui makloon kepada pihak ketiga. Permodalan berasal dari pribadi, selama uji coba diperoleh kinerja keuangan yang positif. ROI yang didapat adalah sebesar 92% artinya ide membuat kemasan box ini layak untuk dijalankan. Masih terdapat perbaikan yang harus dilakukan yaitu menyangkut waktu penyelesaian pembuatan box.

Untuk selanjutnya penulis berharap dapat mengembangkan bisnis ini dan lebih memfokuskan pada target pasar perusahaan/*corporate*.

**Kata Kunci:** Perkembangan industri kreatif, *Design Thinking*

## ABSTRACT

Nama : Sharon Chrystabelle Wiyono  
NPM : 2016320211  
Judul : “Start-Up Packaging Box in Bandung”

---

The development of the creative industry continues to increase from year to year so we need an innovative product that can help develop the creative industry. In Indonesia twice a year there are two very important holidays namely Eid and Christmas. Every holiday there is a majority of the community has a tradition to send gifts to each other as a form of congratulation. Early research shows the difficulty of respondents to find a unique box that can fulfill their desires.

The development of business ideas is done by using the Design Thinking model starting from the empathize, define, ideate, prototype, and Test stages to provide the best Box solution for users. Business strategy development is done by using BMC. Questionnaires are used to determine user responses at the product trial stage.

The business built by the author is named Valioso Box which is engaged in the business of providing box packaging services. The original target market is individuals. However, on the way Valioso Box also gets orders from companies / corporate. The marketing strategy used is using the Instagram @Valioso Box social media. At present there are no employees yet, the production process is carried out through macloons to third parties. Capital comes from private, during the trial obtained positive financial performance. The ROI obtained is 92% which means that the idea of making this box packaging is feasible to run. There are still improvements that need to be done namely concerning the time of completion of making the box.

Henceforth, the authors hope to develop this business and focus more on the company's target market / corporate.

**Keywords:** *The development of the creative industry, Design Thinking*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Start-Up Kemasan Box di Bandung”. Adapun tujuan penulisan skripsi ini yaitu sebagai syarat wajib untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S1 Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Namun penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan skripsi ini tidak lain berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga kendala-kendala yang penulis hadapi teratasi. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas semua kebaikan dan anugrah-Nya penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
2. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendukung dan memberi kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memotivasi serta meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam pembuatan skripsi ini. Serta membimbing penulis

dari awal masa perkuliahan hingga akhir dan cerita-cerita membangun yang beliau berikan selama masa perkuliahan.

5. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku dosen sistem informasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah dengan sabar mengajar, memberikan informasi dan juga pengetahuan-pengetahuan kepada penulis serta kesediaan beliau untuk meluangkan waktu untuk menerangkan hal-hal yang tidak dimengerti oleh penulis, serta memotivasi penulis.
6. Dian Sadeli, selaku dosen Akuntansi Keuangan Menengah Universitas Katolik Parahyangan yang telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis dalam membuat laporan keuangan dan mengisi hari-hari selama perkuliahan dengan canda tawa.
7. Angela Caroline, S.AB., M.M., selaku dosen simulasi proses bisnis yang telah mengajarkan proses-proses bisnis.
8. Ibu Tjia Lian Hwa yang telah dengan sabar mengajarkan akuntansi, canda-tawa selama memberikan materi, serta motivasi yang selalu ibu berikan.
9. Bapak Tedy selaku guru sma yang melihat potensi dalam diri penulis dan memberikan dorongan untuk mau mencoba hal-hal yang baru.
10. Papa dan Mama yang telah senantiasa membimbing, memotivasi, untuk doa-doa yang selalu menyertai penulis, serta mengingatkan untuk belajar selalu mengandalkan Tuhan dalam setiap hal yang dilakukan. Kakak dan Adik yang selalu mendukung dalam pembuatan skripsi, masukan dan saran yang diberikan. Kung-kung, ema, dan popoh yang selalu mendoakan untuk mendapat nilai kuliah yang baik.



11. Ii feli yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengetahuan serta masukan kepada penulis.
12. Sahabat selama perkuliahan di di Universitas Katolik Parahyangan. Ci Cecil, Rachel, Grace, Billy, Raka, Johan, dan Delvina yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti, cerita-cerita, serta motivasi yang selalu diberikan yang selalu memotivasi penulis.
13. Teman-teman di gereja yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam hal apapun yang dilakukan penulis.
14. Bapak Ferdinand yang telah meluangkan waktu untuk menambah pemahaman penulis mengenai laporan keuangan yang baik

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Bandung, Desember 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 RUMUSAN IDE BISNIS .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Deskripsi Masalah.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Tujuan Bisnis.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Lokasi Studi.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB 2 KAJIAN TEORITIS .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Pengertian Bisnis .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Pengertian Usaha .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Mengelola bisnis.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3.1 Produksi.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3.2 Marketing .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3.3 SDM .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.4 Akuntansi.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.5 Keuangan .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Design Thinking .....</b>	<b>14</b>

<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 Rumusan Ide Bisnis.....</b>	<b>19</b>
<b>3.4 Rumusan Strategi Bisnis .....</b>	<b>22</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>30</b>
<b>3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB 4 KINERJA BISNISKU .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Profil Perusahaan .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....</b>	<b>33</b>
<b>4.3 Struktur Organisasi Valioso Box .....</b>	<b>33</b>
<b>4.4 Job Description .....</b>	<b>34</b>
<b>4.5 Penggajian .....</b>	<b>35</b>
<b>4.6 Sistem penjualan .....</b>	<b>35</b>
<b>4.7 Proses Produksi .....</b>	<b>36</b>
<b>4.8 Analisis SWOT.....</b>	<b>39</b>
<b>4.9 Business Model Canvas .....</b>	<b>40</b>
<b>4.10 Laporan Keuangan.....</b>	<b>42</b>
<b>4.11 Analisis dan Kinerja Bisnisku .....</b>	<b>65</b>
<b>BAB 5 KESIMPULAN.....</b>	<b>76</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>76</b>
<b>5.2 Rencana Tindak Lanjut Bisnisku.....</b>	<b>77</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4 1 Revenue Budgeting dan Production Budget November .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4 2 Transaksi Awal November .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4 3 T-Account.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4 4 Balance Sheet awal .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4 5 Jurnal Umum .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4 6 T-Account.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4 7 Trial Balance.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4 8 Laporan Laba/Rugi November .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4 9 Laporan Perubahan Modal November .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4 10 Neraca November .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4 11 Revenue Budgeting dan Production Budget Penjualan 1 Tahun.</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4 12 Jurnal Umum Proyeksi 1 Tahun .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4 13 T-Account Proyeksi 1 Tahun.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4 14 Trial Balance Proyeksi 1 Tahun.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4 15 Laporan Laba/Rugi Proyeksi 1 Tahun .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4 16 Laporan Perubahan Modal Proyeksi 1 Tahun .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4 17 Neraca Proyeksi 1 Tahun .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4 18 Frekuensi dan Presentase Umur .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4 19 Frekuensi dan Presentase Pekerjaan Pembeli Box.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4 20 Frekuensi dan Presentase Warna Box yang disukai pembeli .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4 21 Tabel presentase pernyataan.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Contoh Box yang dijual di Cibadak .....	2
Gambar 1 2 Contoh Box yang diinginkan pelanggan.....	3
Gambar 1 3 Presentase Pembeli yang sering mengalami kesulitan .....	4
Gambar 1 4 Presentase Packaging Box yang disukai Pembeli.....	4
Gambar 1 5 Presentase Box yang Lebih disukai Pembeli .....	5
Gambar 1 6 Kesulitan Pembeli dalam Memilih Box .....	5
Gambar 1 7 Kemudahan Pembeli dalam Membeli Packaging Box.....	6
Gambar 4 1 Logo Perusahaan.....	32
Gambar 4 2 Bagan Organisasi Valioso Box.....	34
Gambar 4 3 Instagram Valioso Box.....	36
Gambar 4 4 Proses Produksi .....	37
Gambar 4 5 Step by step proses pembuatan Box .....	38
Gambar 4 6 Analisis SWOT .....	39
Gambar 4 7 Business Model Canvas.....	41
Gambar 4 8 Presentase Gender Pembeli Box .....	65
Gambar 4 9 Presentase Keperluan Box .....	67
Gambar 4 10 Presentase Darimana Pembeli mengetahui Box ini.....	68
Gambar 4 11 Presentase Ragam Ukuran Box .....	68
Gambar 4 12 Presentase Desain Box.....	69
Gambar 4 13 Presentase Pilihan Warna Box.....	70
Gambar 4 14 Presentase Kualitas Bahan Box .....	71
Gambar 4 15 Presentase Harga Box dengan Kualitas Desain dan Box.....	71
Gambar 4 16 Presentase Waktu Penyelesaian Pesanan .....	72
Gambar 4 17 Presentase Sistem Pemesanan yang dilakukan .....	72
Gambar 4 18 Presentase Sistem Pemesanan Menurut Pembeli.....	73
Gambar 4 19 Presentase Pembeli Akan Merekomendasikan Box .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Kuesioner 1.....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran 2: kuesioner 2.....</b>	<b>83</b>
<b>Lampiran 3: Tabel induk 1.....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran 4: Tabel Induk 2 .....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran 5: Tabel Induk 3 .....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran 6: Foto-foto .....</b>	<b>88</b>

## **BAB 1**

### **RUMUSAN IDE BISNIS**

#### **1.1 Latar Belakang**

Menurut data dari Kementrian Perdagangan industri kreatif rata-rata kontribusinya pada periode 2002-2008 mencapai 9,2%. Bahkan, kontribusinya terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2008 kontribusi PDB sebesar 7,28% akan tetapi di tahun 2009 meningkat menjadi 7,6% (Hartono, Industri Kreatif Punya Potensi Besar Menopang Ekonomi Nasional, 2011, p. 5).

Di Indonesia setahun dua kali terdapat dua hari raya yang sangat penting yaitu saat Lebaran dan Natal. Lebaran merupakan hari raya bagi Umat Muslim, sedangkan Natal merupakan hari raya bagi Umat Kristen. Dimana tiap ada hari raya lebaran dan natal sebagian besar masyarakat memiliki tradisi untuk saling mengirimkan hadiah sebagai bentuk ucapan selamat hari raya. Untuk mengirimkan hadiah tersebut dibutuhkan *packaging* yang menarik dan semakin hari bisa di lihat *packaging* semakin bervariasi. Hasil observasi penulis di sekitar Jl Cibadak menemukan bahwa terdapat beberapa Penjual *box* yang rata-rata menjual *box* sejenis dengan bentuk sebagai berikut:



**Gambar 1 1 Contoh Box yang dijual di Cibadak**

Sumber: Dokumen Pribadi

Dari sini penulis terpikir bagaimana caranya dapat membuat kemasan box yang unik yang bisa memenuhi keinginan pembeli. Namun, *box* seperti apa dan seberapa banyak orang menginginkan *box* yang istimewa maka untuk mengetahui itu penulis melakukan survei pendahuluan.

## **1.2 Deskripsi Masalah**

Ternyata dari hasil survei ditemukan bahwa masih banyak orang-orang yang sering mengalami kesulitan dalam menemukan *packaging box* yang menarik untuk menjual *gift* kepada pembeli mereka. Dari 25 responden yang memang merupakan penjual *gift* yang memerlukan *packaging box* mereka semua mengalami kesulitan dalam menemukan *packaging box* yang menarik. Karena kebanyakan *box* yang ada hanya seperti gambar diatas. Para responden lebih memilih *Packaging box* yang dilapisi secara full seperti gambar di bawah ini:



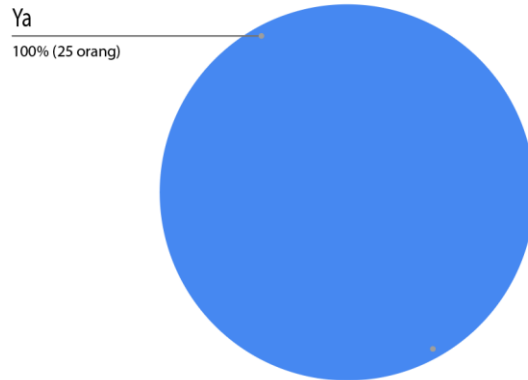


**Gambar 1 2 Contoh Box yang diinginkan pelanggan**

Sumber: Dokumen Pribadi

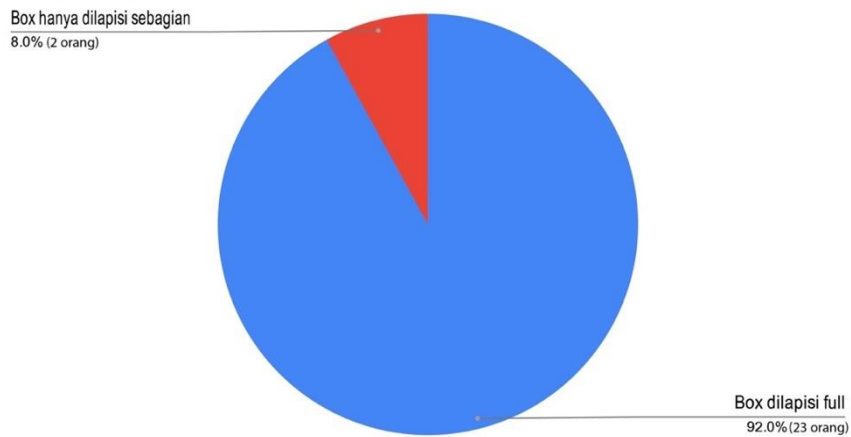
Serta mereka lebih menyukai *box* dengan tulisan foil sehingga tampilan *box* menjadi lebih menarik. Jadi penulis merasa ingin membantu atau berempati kepada para *user* dalam menemukan *packaging box* yang menarik dikarenakan banyaknya *user* yang mengalami kesulitan dalam menemukan *packaging box* yang bagus dan menarik.

Apakah Bapak/Ibu sering mengalami kesulitan dalam menemukan packaging box yang menarik untuk menjual gift?



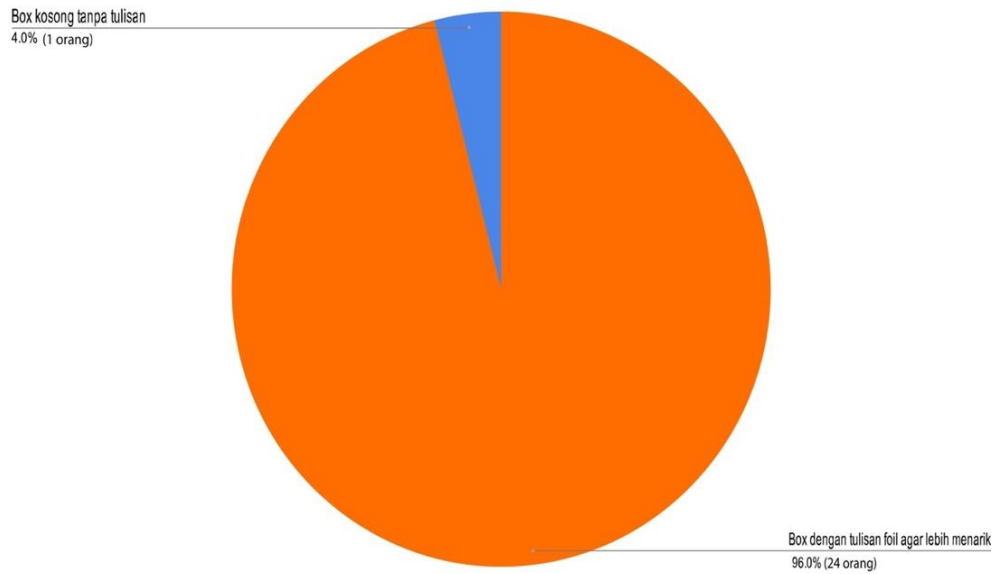
**Gambar 1 3 Presentase Pembeli yang sering mengalami kesulitan**  
Sumber: Tabel Induk 1

Packaging box seperti apa yang lebih menarik hati Bapak/Ibu dalam gambar yang terlampir dibawah ini?



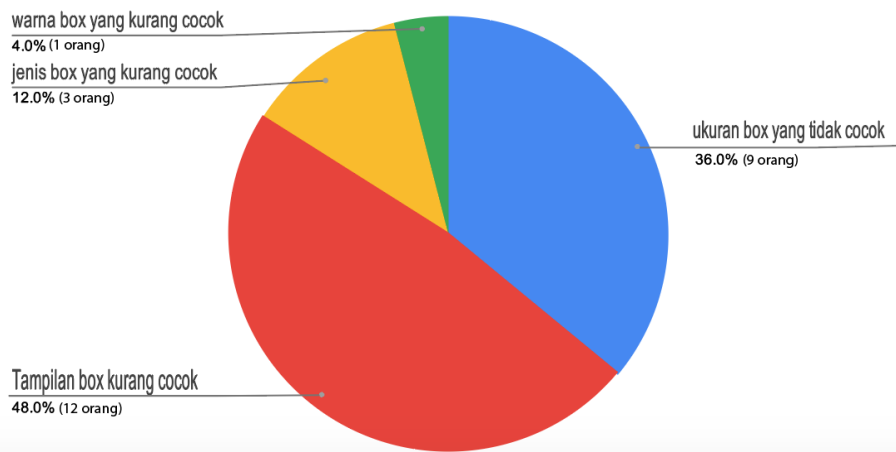
**Gambar 1 4 Presentase Packaging Box yang disukai Pembeli**  
Sumber: Tabel Induk 1

Apakah Bapak/Ibu lebih menyukai Box kosong tanpa tulisan atau Box dengan tulisan Foil agar lebih menarik



**Gambar 1 5 Presentase Box yang Lebih disukai Pembeli**  
Sumber: Tabel Induk 1

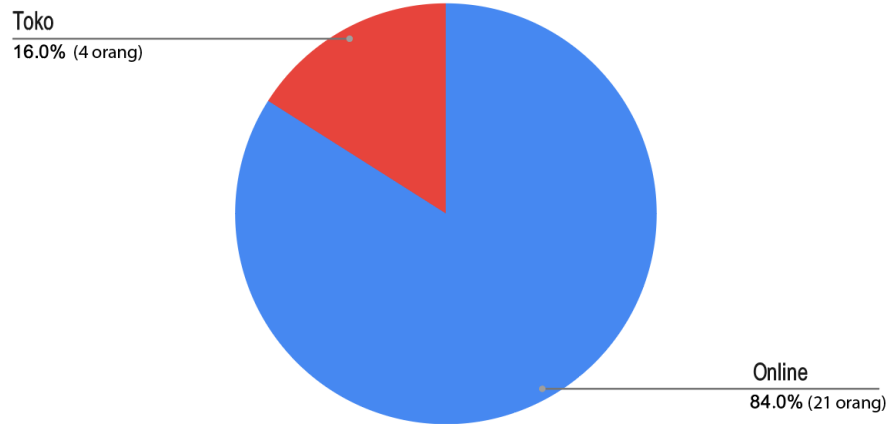
Apakah kesulitan yang dialami Bapak/Ibu dalam menemukan packaging box yang cocok?



**Gambar 1 6 Kesulitan Pembeli dalam Memilih Box**

Sumber: Tabel Induk 1

Apakah Bapak/Ibu lebih mudah membeli packaging Box secara online atau langsung datang ke toko



**Gambar 1 7 Kemudahan Pembeli dalam Membeli Packaging Box**

Sumber: Tabel Induk 1

Data dari kuesioner dilihat dan diolah sehingga ditemukan bahwa *customize packaging box* memang diperlukan. Dari 25 orang responden 100% orang yang ditanyakan menjawab sering mengalami kesulitan dalam menemukan *packaging box* yang menarik. 92% atau sebanyak 23 orang responden menjawab bahwa *packaging box* yang lebih menarik hatinya adalah jika *Box* dilapisi full, 8% atau sebanyak 2 orang responden menjawab box hanya dilapisi sebagian. Dari kuesioner juga didapatkan sebesar 96% atau sebanyak 24 orang responden lebih menyukai *box* dengan tulisan foil agar lebih menarik, sedangkan hanya 4% atau sebanyak 1 orang responden lebih memilih *box* kosong tanpa tulisan.

Selanjutnya ditemukan bahwa kesulitan yang dialami responden dalam menemukan *packaging box* yang cocok adalah pertama sebesar 48% atau sebanyak 12 orang mengalami kesulitan dalam menemukan tampilan *box* yang

cocok artinya *packaging box* tersebut polos tanpa adanya foil, sebesar 36% atau sebanyak 9 orang mengalami kesulitan dalam menemukan ukuran *box* yang cocok, sebesar 12% atau sebanyak 3 orang responden mengalami kesulitan dalam menemukan jenis *box* yang cocok, sebesar 4% atau sebanyak 1 orang responden mengalami kesulitan dalam menemukan warna *box* yang cocok.

Dan sebesar 84% atau sebanyak 21 orang lebih memilih membeli *packaging box* secara online. sedangkan, sebesar 16% atau sebanyak 4 orang lebih memilih membeli *packaging box* secara langsung datang ke toko (Tradisional). Yang artinya lebih mudah membeli *packaging box* secara online.

Penulis telah menemukan permasalahan:

- Adanya kebutuhan akan menemukan kemasan *box* yang bagus dan menarik.
  - Adanya kebutuhan akan menemukan kemasan *box* yang dapat secara *customize didesign* sesuai keperluan user baik dalam segi warna maupun kualitas.
- Masalah yang timbul membuat ide ini muncul sehingga mulai dapat diolah kepada tahapan selanjutnya, yaitu adalah tahapan *idea*.

Dari masalah yang terjadi, pada tahap ini penulis memiliki berbagai ide sebagai solusi yang tepat:

- Memberikan user pilihan pilihan untuk dapat menambah tulisan di *box* misal dengan foil agar membuat tampilan *box* lebih baik.
- Memberikan user pilihan ukuran *box*
- Memberikan user pilihan jenis *box* (bahan *box*)

Saat ini orang-orang mulai memahami pentingnya suatu kemasan *box* dengan design yang baik karena dari kemasan yang baik akan terlihat bahwa kualitas barang yang diberikan pun baik. Dikarenakan *user* yang memiliki perbedaan selera yang bervariasi maka penulis berpikir untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan menyediakan pilihan tampilan *box* dengan ditambah tulisan foil, jenis *box*, dan ukuran *box* secara *customized* terhadap *user*. Penulis berharap *user* dapat merasa puas dengan produk yang penulis buat.

### **1.3 Tujuan Bisnis**

Tujuan bisnis ini adalah untuk dapat menciptakan suatu produk yang dapat dinikmati dan berguna bagi masyarakat Indonesia terutama di Kota Bandung.

### **1.4 Lokasi Studi**

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Bandung. Dengan wilayah studi secara khusus pada masyarakat kota Bandung yang memang membutuhkan *packaging box* untuk menjual *gift* kepada pembeli mereka.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika yang akan digunakan pada laporan ini adalah:

#### **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini mengemukakan latar belakang masalah, deskripsi masalah, tujuan penelitian, lokasi studi, dan sistematika penulisan.

#### **Bab 2 Kajian Teoritis**

Bab ini berisi dasar teori mengenai bisnis dan mengelola bisnis dalam bidang produksi, marketing, sumber daya manusia, akuntansi dan keuangan.

### **Bab 3 Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, metode penelitian, rumusan ide bisnis dengan menggunakan pendekatan design thinking, rumusan strategi bisnis dengan menggunakan model BMC, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data.

### **Bab 4 Kinerja Bisnis**

Bab ini akan membahas bisnis yang akan dibuat oleh penulis mulai dari nama perusahaan, logo, merek, visi, misi, strategi organisasi, job desc, proses produksi barang, produk yang ditawarkan, sistem pencatatan transaksi, BMC, laporan keuangan, dan analisis kinerja bisnis.

### **Bab 5 Kesimpulan, Rencana Tindak Lanjut Bisnis, dan Saran**

Penutup berisi kesimpulan dari skripsi ini berdasarkan hasil analisis pada bab 3, hasil perencanaan tindak lanjut bisnis, serta saran.