

COMPANY AND PRODUCT OVERVIEW

A Glance of Us

CV. Experiencenesia Maker adalah perusahaan penyedia program rekreasi di mall sebagai supporting activities dari aktivitas berbelanja. Dengan fokus utama mengombinasikan 5 aspek komunikasi yang dikemukakan oleh Canary dan Stafford yakni positivity, openness, assurances, social networking, dan sharing dalam setiap program aktivitasnya.

Program aktivitas yang akan dikembangkan saat ini adalah **Urban Family Organizer (UFO)**. Program ini akan dikemas dalam bentuk social experience and family bonding. Konsep urban sendiri diambil karena penduduk kota umumnya membutuhkan rancangan aktivitas dan layanan terpadu yang accessible dan easy payment. Pemilihan mall sebagai destinasi dikarenakan tempat ini telah memiliki visitor traffic yang tinggi, mall membership sebagai potential customer, berbagai tenant yang dapat dijadikan partners, supporting facilities yang memadai serta didukung lokasi yang strategis karena berada ditengah kota, sehingga nantinya dapat menciptakan kesatuan experience dari program aktivitas yang berkualitas.

Tujuan bisnis ini adalah **increase profit margin, efficiency, and capture a bigger market share**. Sejalan dengan tujuan tersebut, kami juga memperhatikan customer value untuk meningkatkan komunikasi dalam keluarga, memberikan memori bahagia antar anak dan orang tua, serta menguatkan fondasi nilai-nilai kebaikan dalam diri anak, sehingga membuat ikatan yang ada di dalam keluarga semakin kokoh dan secara psikologis, kecerdasan emosional anak akan jauh lebih matang. Manfaat lainnya bisnis ini dapat membantu Mall Management dalam:

- Meningkatkan value dan brand identity mall sebagai tempat rekreasi.
- Meningkatkan number of visitor dari mall dan nilai penjualan mall.

VISI

Menjadi pionir penyedia program aktivitas urban family bonding & experience maker melalui program aktivitas rekreasi eksplorasi yang unggul dan berkualitas.

MISI

- Merancang dan menawarkan program aktivitas rekreasi sesuai kebutuhan dan permintaan pelanggan
- Melibatkan tenaga ahli dalam operasional bisnisnya untuk menjaga kualitas dan kepercayaan pelanggan
- Menjalin hubungan pelanggan melalui program customer relationship dalam bentuk compliment dan post consultation
- Merencanakan strategi promosi dan inovasi sesuai target pelanggan



We Care and Give
Meaningful Activity
For Our Client.



DATA PEMILIK

Nama : Ratih Yustikasari
Alamat : Jl.Geger Kalong Tengah No. 5A, Kota Bandung
Email : ratih.yustika@gmail.com
Pengalaman Kerja : Marketing & Sales Trainee of Allianz Ecopark, Ancol 2019

DATA PERUSAHAAN

Nama Perusahaan : CV. Experiencenesia Maker
Bidang Usaha : Pariwisata
Jenis Usaha : Konsultan Pariwisata (Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia: 70201)
Jenis produk : Program Aktivitas Family Bonding bagi keluarga
Alamat email : ufo@experiencenesiamaker.com
Facebook : Urban Family Organizer
Instagram : @urbanfamily.org
Website : www.urbanfamilyorganizer.com

BENTUK KEPEMILIKAN

Bentuk kepemilikan perusahaan berupa CV (Commanditaire Vennootschap) dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Penekanan biaya

Bentuk badan usaha CV memberikan fleksibilitas sekutu aktif dalam menggerakkan perusahaannya sehingga dengan jumlah karyawan CV yang kurang dari 20, akan sangat menekan biaya sumber daya manusia terkait kontribusi sekutu aktif yang besar. Maka, dalam membangun perusahaan dengan bentuk kepemilikan berupa CV, dibutuhkan keperluan legal berupa:

1. Akta notaris pendirian CV
2. Surat keterangan domisili perusahaan
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) badan usaha
4. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
5. Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang memerlukan dokumen terkait tanah, NPWP, izin lokasi, izin lingkungan (SPPL), dan Izin Membangun Bangunan (IMB) apabila perusahaan membangun area sendiri. Namun jika area merupakan hasil sewa atau kerjasama maka TDUP perusahaan hanya sebagai konsultan pariwisata dan melampirkan perjanjian penyewaan area, dengan pihak pemilik area/tanah yang akan memenuhi kebutuhan dokumen terkait perizinan lokasi.

2. Dalam CV tidak ada ketentuan besaran modal. Modal dalam CV dinilai bebas dapat berupa aset bergerak ataupun tidak, uang ataupun barang sebagai dinyatakan sebagai aset modal, karena dalam akta CV tidak ada ketentuan mengenai nilai modal.
3. Nama CV tidak memerlukan pengecekan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia ("Kemenkumham"), hal tersebut dikarenakan nama CV bersifat fleksibel tidak ada aturan khusus bahkan bisa terdiri dari satu kata, namun hal ini menjadikan nama CV menjadi tidak eksklusif hanya bagi CV dimaksud.
4. Manajemen CV dinilai lebih mudah dibandingkan dengan PT, karena CV dikelola oleh penanggungjawab tunggal dan tidak mengikat kepada pihak lain.
5. Jika terdapat perubahan modal CV maka hal tersebut cukup membuat kesepakatan antara sekutu aktif dan pasif tidak perlu melakukan Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS") dan perubahan Akta. (Sumber: <https://prolegal.id/2017/02/01/alasan-memilih-cv/> diakses pada 27/4/2020 pukul 13.28)

OUR PRODUCT AND SERVICE

// A Story of Family Love And Exploration Set Exquisitely in One Delightful Destination.

Kebahagiaan dalam keluarga layaknya sebuah lingkaran. Tentunya tergantung pada kebahagiaan setiap anggota keluarga, yaitu ayah, ibu, dan anak. Perasaan bahagia yang selalu tertanam dalam keluarga dapat menciptakan emosi yang sehat dan baik untuk perkembangan anak. UFO hadir sebagai pionir dalam memberikan core customer value dalam bentuk program aktivitas rekreasi di dalam mall bagi keluarga untuk meningkatkan komunikasi dan kedekatan serta memori bahagia antar anggota keluarga.



Fokus aktivitas terdapat pada lima aspek dalam komunikasi seperti yang dikemukakan oleh Canary dan Stafford (dalam Nurmaya, 2016) yaitu :



a. **Positivity** adalah bersikap sopan, baik, menyenangkan dan tidak mengkritik pembicara selama pembicaraan antara orang tua dan anak berlangsung.



b. **Openness** adalah mampu mengungkapkan pikiran dan perasaan secara terbuka.



c. **Assurances** adalah jaminan yang melibatkan ekspresi cinta dan komitmen dalam menyiratkan hubungan yang memiliki masa depan.



d. **Social Networking** adalah dapat menjalin hubungan baik dengan keluarga, teman, maupun pasangan.



e. **Sharing** adalah berbagi tugas dalam rumah tangga serta tanggung jawab atas peran yang dijalankan baik sebagai istri, suami, maupun anak.



Selain komunikasi, kami merancang aktivitas dengan tujuan lain yakni meningkatkan kecerdasan emosional anak. Kecerdasan emosional pertama kali dinyatakan oleh Peter Salovy dari Harvard University dan John Mayer dari University Of New Hampshire. Mereka mengungkap kualitas-kualitas emosional yang sekiranya penting bagi keberhasilan hidup, antara lain: empati, kemandirian, pengendalian amarah, mengungkapkan dan memahami perasaan, kemampuan beradaptasi, menjadi pribadi yang disukai, penyelesaian masalah antarindividu, ketekunan, kesetiakawanan, keramahan, dan sikap hormat.

Kegiatan eksplorasi akan dirancang untuk mendorong orang tua dan anak untuk bermain/menghabiskan waktu bersama yang memungkinkan untuk merangsang ikatan dan kebahagiaan. Bardosono et al 2017 mengungkapkan bahwa eksplorasi pada indikator kebahagiaan orang Malaysia dan Indonesia ada pada 12 indikator dan yang pertama disebutkan adalah keluarga. Hal lainnya, yaitu karier, hubungan interpersonal dan sosial, pertumbuhan diri/otonomi, kekayaan, rekreasi, kebutuhan pendidikan, ketidakhadiran dari perasaan negatif, kemakmuran nasional, kesehatan, agama, dan kebutuhan dasar. Penelitian ini adalah studi pertama yang mengeksplorasi pengembangan ikatan (hubungan kuat) antara orang tua dan anak-anak melalui bermain bersama dalam meningkatkan kebahagiaan keluarga di Indonesia, diwakili oleh orang tua dan anak-anak di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan dan Makassar. Lebih dari 10% menunjukkan peningkatan kebahagiaan. Perkembangan pada anak pun, selain dari warisan genetik, dipengaruhi oleh faktor psikososial dan biologis.

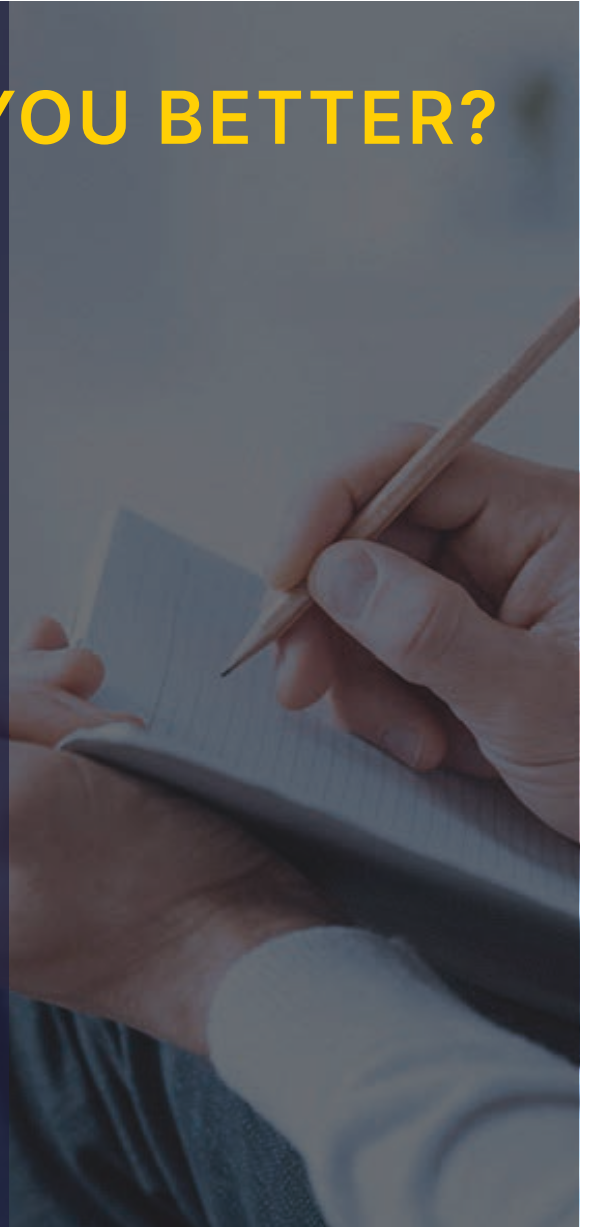
Namun, di sebagian besar keluarga di negara Asia, terutama yang memiliki budaya Konfusianisme (menekankan pada keteraturan sosial dan etika), skor mereka sangat rendah dalam survei kebahagiaan. Ada beberapa spekulasi alasan, seperti gangguan lingkungan, daya saing yang berlebihan, pendidikan yang represif, kepatuhan yang berlebihan, sikap negatif terhadap kenikmatan, dan penekanan pada penampilan luar. Untuk itu program aktivitas yang nantinya dirancang juga sebagai bentuk tindakan preventif dalam mengatasi masalah-masalah keluarga.

01 HOW DO I LOVE YOU BETTER?

Selain “What gifts do I get you? Atau “How much money do you want?” pernahkah Anda bertanya kepada keluarga Anda “How do I love you better?”

How do I love you better merupakan fasilitas utama yang kami tawarkan. Pengunjung mendapatkan nilai lebih berupa parenting session melalui social media, telepon, atau datang dan berkonsultasi langsung dengan psikolog keluarga dan anak sebelum memilih aktivitas mana yang mereka butuhkan saat mengeksplorasi mall. Kegiatan ini berfokus pada mencari bahasa cinta terbaik dalam mencintai keluarga, yakni (1)Words of Affirmation (pesan menyemangati dan menyayangi), (2)Quality Time (dihabiskan terkait atau dalam kegiatan bersama), (3)Giving Gifts, (4)Act Of Service (bantuan, pertolongan), dan (5)Physical Touch (berpegangan tangan, dll). (Credit: Gary Chapman, PhD).

Terdapat pula sesi lanjutan setelah menjalani kegiatan eksplorasi yakni post-consultation dimana psikolog dapat membantu mencari jalan keluar dari permasalahan yang ada di keluarga, menjembatani komunikasi, serta memberikan sugesti positif dalam memperkokoh hubungan keluarga maupun mendidik anak.



02 DINE EXPERIENCE

Kegiatan makan dan minum tentunya tidak dapat terpisahkan dari checklist rekreasi keluarga. Dalam paket Dine Experience ini pelanggan dapat memilih timing (breakfast, brunch, lunch, afternoon tea/meal, dinner) serta restoran-restoran di mall yang sudah menjadi Exploration Partners. Pengunjung dapat meminta special request untuk special occasion seperti lagu dan makanan khusus untuk pesta ulang tahun, kartu ucapan, meja dengan pemandangan, dan kejutan lainnya sesuai pesanan. Orang tua dan anak juga bisa membuat special dish yang akan disajikan masing-masing restoran sesuai pilihan.



03

FATHER AND KIDS



Kegiatan Father And Kids dikhususkan bagi para ayah dan anaknya. Aktivitas yang dapat diambil adalah “Something special for Mama” dan “Father Noble Bonding”.

Bardosono et al 2017 dalam jurnal “Bonding Development Between Parents And Children Through Playing Together To Improve Happiness” membahas keterlibatan ayah dalam proses pengasuhan anak. Terungkap bahwa anak akan lebih kompeten secara kognitif diukur dari Bayley Scales of Infant. Anak yang memiliki fungsi kognitif yang lebih tinggi adalah pemecah masalah yang baik dan memiliki IQ yang lebih tinggi. Jika dibandingkan dengan ibu, pembicaraan ayah dengan anak ditandai dengan lebih banyak pertanyaan “wh”, seperti apa, di mana, dll yang mengharuskan anak-anak untuk memikul tanggung jawab yang lebih komunikatif dalam interaksi. Ini mendorong balita untuk berbicara lebih banyak, menggunakan kosa kata yang lebih beragam, dan menghasilkan ucapan yang lebih lama ketika berinteraksi

dengan ayah mereka. Keterlibatan ayah berkorelasi positif dengan kepuasan hidup keseluruhan anak-anak dan pengalaman mereka yang lebih sedikit mengalami depresi, lebih sedikit tekanan emosional, lebih sedikit ekspresi emosi negatif, seperti ketakutan dan rasa bersalah, masalah perilaku yang kurang, lebih banyak kompetensi sosial, lebih sedikit gejala kecemasan, dan neuroticism yang lebih rendah.

“Something special for Mama” adalah kegiatan eksplorasi anak dan ayah dalam Exploration Partners. Mereka akan mencoba membuat hadiah spesial bagi sang ibu, seperti membuat desain perhiasan di toko perhiasan dan memesan hadiah lainnya yang akan disiapkan khusus. “Father Noble Bonding” akan berfokus dengan Exploration Partners dari tenant rekreasi. Di akhir sesi anak akan membuat Best Dad Trophy dan ayah akan membuat Merit Certificate untuk anaknya.

04 KIDSPLOATION

Kidsploation merupakan program aktivitas behavioural education anak. Konsep Act of Service menjadi fokus utama. Disini orang tua akan memberikan nilai untuk sikap tolong menolong, perhatian, rasa syukur, dan sikap positif lainnya dalam diri anak. Anak akan diberikan sebuah raport untuk mengevaluasi sikap dan perilakunya dan anak dapat memiliki special stamps dari Exploration Partners bila kegiatan positif mereka terekam dan terkonfirmasi oleh Exploration Partners yang nantinya bisa ditukarkan dengan souvenir/special benefit lainnya. Program ini juga bertujuan menunjukkan kebanggaan orang tua pada anak. Selain itu anak juga mendapat “Weekly To Do List” yang berisi positive behaviour, apa yang membuat anak bersyukur, dll.



05 FAMILY SECRET GIFT

“ We Love Making Your Time Even Better and Special.

Untuk itu pelanggan akan diberikan clue mengenai hadiah spesial yang akan diberikan oleh salah satu Exploration Partner. Ketika pelanggan sudah sampai di store dari Exploration Partner tersebut mereka akan diminta menyelesaikan satu tantangan/challenge sebelum mendapatkan hadiah. Tantangannya antara lain bernyanyi, menari, mengungkapkan rasa syukur, mengunggah foto dengan keluarga di store tsb ke media sosial dsb. Hadiah juga bisa berasal/dipesan khusus dari pelanggan. It’s not the price of the gift that counts, it’s the thought that counts when it comes to giving gifts!



06 TAILOR-MADE PACKAGE

Tailor-made Package adalah paket aktivitas yang disusun sesuai kebutuhan pada masing-masing customer. Paket-paket ini dapat digabungkan dengan paket aktivitas lainnya.

| Communication Aspect | Penjelasan | Aktivitas Rekreasi UFO |
|---|--|---|
|  Positivity | Bersikap sopan, menyenangkan dan saling membangun memori bahagia selama berkegiatan. | <ul style="list-style-type: none"> • How Do I Love You Better • Family Secret Gift • Dine Experience |
|  Openness | Merangsang anak untuk mampu mengungkapkan pikiran dan perasaan secara terbuka. | <ul style="list-style-type: none"> • How Do I Love You Better • Kidsploration • Father and Kids • Dine Experience |
|  Assurances | Mengekspresikan cinta dan komitmen untuk saling menjaga dalam beraktivitas. Selain itu, kegiatan ini juga dapat merangsang ikatan kepercayaan anak dan orang tua. | <ul style="list-style-type: none"> • How Do I Love You Better • Exploration Partners • Kidsploration • Father And Kids • Dine Experience |
|  Social Networking | Merangsang komunikasi anak untuk dapat menjalin hubungan baik dengan orang tua maupun dalam bersosialisasi. | <ul style="list-style-type: none"> • How Do I Love You Better • Exploration Partners • Kidsploration • Father And Kids • Dine Experience |
|  Sharing | Selain berbagi tugas dalam rumah tangga serta tanggung jawab atas peran masing-masing anggota keluarga, sharing juga membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di keluarga. | <ul style="list-style-type: none"> • How Do I Love You Better • Kidsploration • Father and Kids • Dine Experience |

Tabel 1.1 Tailor-Made Package

KEUNIKAN PRODUK/DIFFERENTIAL ADVANTAGE

Program atau rangkaian aktivitas yang didapatkan customer akan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing customer (customization program). Selain itu, terdapat special treatment dari Mall Management terhadap Exploration Mall Customer seperti :

UPDATE MALL SPECIAL EVENT, DISCOUNT, AND OFFERING

Customer akan otomatis menjadi Mall Member dan akan mendapatkan benefit lainnya dari Mall seperti special discount and offering, event schedule, dll.



YEARLY TIME CAPSULE

// THE GREATEST LEGACY WE CAN LEAVE OUR LOVED ONE IS HAPPY MEMORIES.

Yearly Time Capsule adalah sebuah program tambahan yang dapat diambil oleh customer. Dalam waktu satu tahun kami akan mengundang kembali customer untuk melihat kilas balik kehangatan yang tercipta ditahun sebelumnya selama mengikuti program UFO. Dan setiap tahun akan ada rangkaian kegiatan baru yang lebih seru dan bisa dipilih kembali oleh customer.

PLAYGROUND AND MINI LIBRARY

Bermain di playground selalu menjadi pengalaman menyenangkan bagi keluarga. Anak akan bebas bereksplorasi dengan teman-teman seumurannya. Bagi orangtua, melihat kebahagiaan si kecil tentu menjadi tujuan utama. Di setiap kantornya, UFO akan memberikan fasilitas playground dan mini library dengan tujuan meningkatkan kekuatan fisik, koordinasi, keseimbangan, membuat anak belajar mengembangkan kemampuan sosial, kreativitas dan imajinasi, serta kemampuan berpikir dan memecahkan masalah.



SISTEM RESERVASI DAN PEMBAYARAN

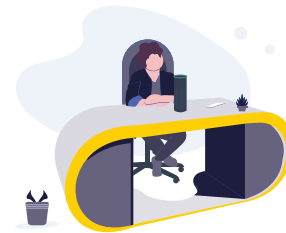
Sistem reservasi bagi pengunjung dapat melalui 2 cara:



ONLINE

melalui website mall dan perusahaan, customer service mall dan perusahaan, serta social media mall dan perusahaan.

- Setelah mengontak channel tersebut, customer akan diberi email otomatis berupa pilihan paket dan membership form untuk menjadi Mall Member. (bila customer sudah menjadi member, hanya perlu menunjukkan nomor/bukti member)
- Setelah mengisinya akan ada email mengenai pembayaran yang harus dilakukan sesuai paket terpilih.
- Setelah pembayaran dilakukan customer akan mendapatkan email konfirmasi pembayaran, itinerary, serta kontak psikolog.
- Customer melakukan konsultasi sebelum kunjungan.
- Customer melakukan program aktivitas terpilih.



OFFLINE

melalui kantor marketing di mall

- Setelah mendatangi kantor marketing, customer akan diberi email otomatis berupa pilihan paket dan membership form untuk menjadi Mall Member. (bila customer sudah menjadi member, hanya perlu menunjukkan nomor/bukti member)
- Setelah mengisinya akan ada email mengenai pembayaran yang harus dilakukan sesuai paket terpilih.
- Setelah pembayaran dilakukan customer akan mendapatkan email konfirmasi pembayaran, itinerary, serta kontak psikolog.
- Customer melakukan konsultasi sebelum kunjungan.
- Customer melakukan program aktivitas terpilih.

Apabila customer tidak mendapatkan email konfirmasi pembayaran dalam waktu 1×24 jam maka dapat kembali menghubungi customer service ataupun email dengan meng-upload bukti pembayaran



Bagan 1.1 Skema Pengalaman Reservasi

EXPLORATION PARTNERS

Exploration Partners adalah tenant dari mall yang bersedia melakukan kerjasama dan terikat oleh MoU yang disepakati. Hal ini merupakan bentuk perusahaan dalam membantu Mall Management dalam membuat kerjasama berkelanjutan dan memiliki social impact selain berbicara profit. Kategori tenant utama yang berpotensi untuk bekerjasama adalah:

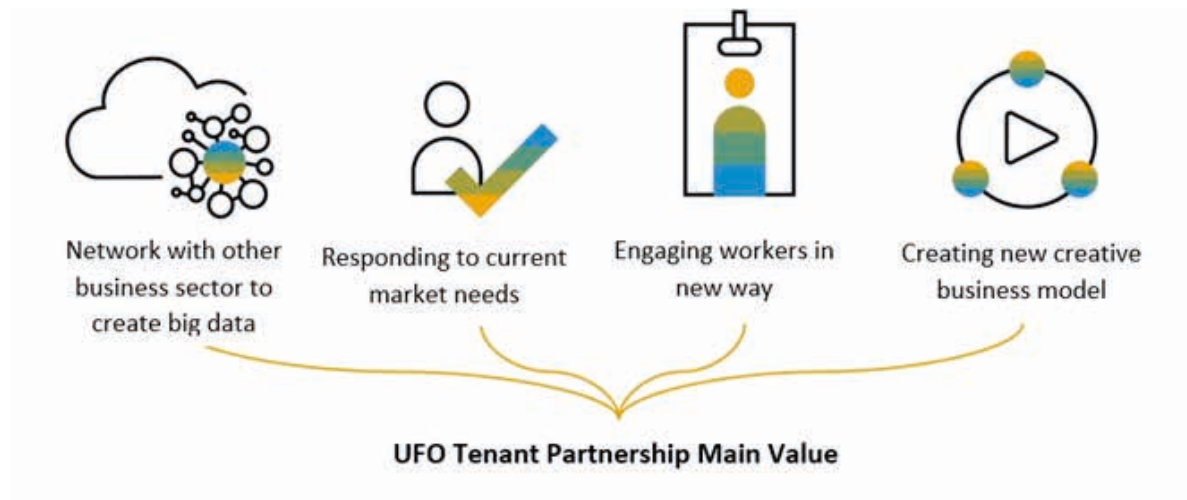
| POTENTIAL TENANT | SUPPORTING TENANT |
|--|--|
| <p>DINE</p> <ul style="list-style-type: none"> Cafe Restaurants Bakery & Pastry Fast Food Snacks & Beverages | <p>Sementara tenant lain yang dapat membantu merangkai aktivitas tambahan di UFO adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> Men's Clothing and Fashion Women's Clothing & Fashion Health & Beauty Shoes & Footwear Jewellery Optitians Home & Furniture Electronics & Phone Shops Accessories Music, Bookshops & Hobby Photography & Arts Supermarket Hairdressers Services Pharmacies Pets & Products Departement Store |
| <p>ENTERTAINMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> Theater Lifestyle Fauna & Flora | |
| <p>SHOP</p> <ul style="list-style-type: none"> Kids & Toys Sports & Fitness Gift Shop | |

Tabel 1.2 Tenancy Breakdown

COLLABORATION SYSTEM

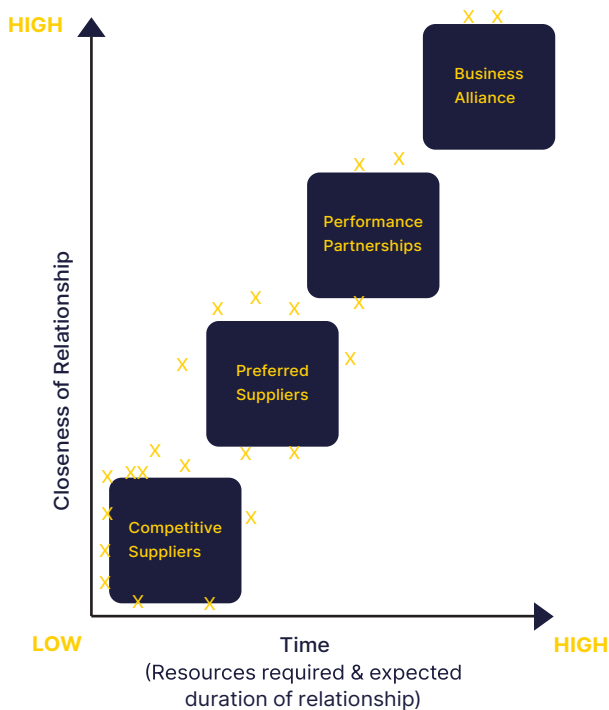


VALUE OF TRANSACTION



| FINANCIAL | NON FINANCIAL |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Revenue Share | <ul style="list-style-type: none"> Brand exposure People engagement Network |

COLLABORATION SYSTEM



| | |
|--|---|
| <p>Performance Partnerships</p> <ul style="list-style-type: none"> Single/ Dual Sourcing Joint Focus on Cost and Quality Managed Risk technology Sharing KPI Balanced Score card | <p>Business Alliances</p> <ul style="list-style-type: none"> Single Sourcing Dedicated Resources Mutual Dependency Shared Risk Joint R & D Exclusive Rights Communication Rights Transparent Measurement |
| <p>Preferred Suppliers</p> <ul style="list-style-type: none"> Fewer evaluated sources Short Term Agreements Regular Benchmarking of Cost SLA Measurement | <p>Competitive Suppliers</p> <ul style="list-style-type: none"> Multiple Sources Frequent Negotiations Arms Length Relationship Price Change Measurement |

PARTNERSHIP MANAGEMENT

| | 1 Initiate Project | 2 Research & Analyse | 3 Develop Strategy | 4 Implement Strategy | 5 Transition & Deliver |
|----------------------------|---|--|--|---|--|
| Process Module | 1.1 Project Governance 1.2 Project Kick-Off Meeting | 2.1 Category Baseline 2.2 Cost Analysis 2.3 Business Requirements 2.4 Supply Market Analysis 2.5 Supplier Analysis | 3.1 Strategic Analysis 3.2 Options Meeting 3.3 Category Strategy | 4.1 Plan Value Improvements 4.2 Plan Selection Process 4.3 Supplier Selection 4.4 Negotiation | 5.1 Operational Transition 5.2 Plan Supplier Management 5.3 Continuous Improvement |
| Detailed Activities | 1.1 Create a project charter 1.2 Hold a kick-off meeting | 2.1 Create a detailed category spend profile 2.2 Establish understanding of price & cost drivers 2.3 Define business requirements 2.4 Analyse supply market situation: 2.5 Analyse potential suppliers | 3.1 Apply strategic analysis tools to the data gathered: 3.2 Hold an options meeting: 3.3 Finalise Category strategy | 4.1 Plan value improvements 4.2 Plan category strategy implementation 4.3 Carry out supplier selection process 4.4 Conduct supplier negotiations | 5.1 Plan & implement supplier transition 5.2 Plan supplier management 5.3 Ensure and manage continuous improvement |
| Key Meeting | Kick Off Meeting | Research & Analysis Meeting | Options Meeting | Negotiation Planning Meeting | Project Closure Meeting |
| Decision Gate (DG) | DG1 Project Charter | DG2 Business Requirements | DG3 Strategy Gate | DG4 Award Gate | DG5 Project Review |

Contoh



STARBUCKS "JOYFUL FAMILY"

*WE LOVE MAKING YOUR TIME EVEN
BETTER AND SPESIAL*

Have a great time with us dan
bikin racikan kopi keluargamu
sendiri

Contoh



MINISO "JOYFUL FAMILY"

SHOP YOUR FAMILY MOST SPECIAL GIFT HERE

Kami mempunyai hampers kejutan spesial
untuk setiap momenmu bersama keluarga.