BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

Hak Çipta Dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak cipta milikgkasan Kegiatan Usaha
Yonsep Bisnis
''d Cell m Derwil Cell merupakan toko ritel yang menjual berbagai macam merek Handphone. Rencana didirikan toko Derwil Cell berlokasi di kota Bekasi Timur atepatnya di mall BTC jalan Jl. HM. Joyo Martono No.42 DE. RT.003/RW.021. Toko Derwil Cell juga memiliki target pasar konsumen seperti para konsumen yang membutuhkan *Handphone* dengan kualitas tinggi dan harga terjangkau. Segmentasi pasar toko Derwil Cell beragam mulai dari kalangan menengah kebawah sampai kalangan menengah keatas.

Strategi yang Derwil Cell gunakan untuk menarik pelanggan dengan

Gie memberikan hadiah 1 *unit Handphone* jika sudah melakukan pembelian Handphone sebanyak 5 unit di toko Derwil Cell. Strategi ini digunakan Derwil Cell agar dapat memperbesar kemungkinan dan mengikat customer berlanganganan di toko Derwil Cell. Derwil Cell juga akan memberikan value lebih dalam pelayanan konsumen dengan menyimpan nomor pembeli. Selama 3 bulan sekali dalam kurun waktu sampai 1 tahun kami akan menghubungi pembeli guna untuk melakukan pengecekan kualitas *Handphone* apakah ada kendala dengan Handphone yang dibeli atau tidak, jika ada kendala kami akan membantu mengclaim kan garansi dan pembeli hanya menerima beres saja.

96

b. Visi dan Misi Perusahaan

Tentunya setiap bisnis atau usaha yang dibangun memiliki visi dan misi yang berguna untu kmenentukan arah atau tujuan yang ingin digapai. Begitujuga dengan toko *Derwil Cell* yang memilliki visi dan misi. yang dimana visi dan misi 🗒 ni digunakan untuk memotivasi dalam berusaha. Berikut adalah visi dan misi toko Derwil Cell

1) Visi Toko Derwil Cell

- a) Menjadi toko *Handphone* dengan penjualan terbanyak dan terlaris didaerah Bekasi.
- b) Dapat membuat produk *Handphone* sendiri dengan speksifikasi dan harga yang dapat bersaing dengan pangsa pasar dalam negeri maupun luar negeri.

2) Misi Toko Derwil Cell

- a) Membangun citra brand Derwil Cell yang kuat kepada seluruh masyarakat.
- b) Memenuhi kebutuhan para pembeli dengan memberkan produk yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan pembeli.
- Melayani dan memberikan nilai lebuh untuk pembeli agar mendapatkan rasa loyal dan kesetiaan dari pembeli.
- d) Menjual *Handphone* dengan kualitas yang terjamin dan speksifikasi tinggi dengan harga yang terjangkau.

b) Mei sesua
c) M
mendap
d) Me
tinggi co
Toko De Toko Derwil Cell merupakan toko ritel yang menjual berbagai macam merek Handphone seperti Samsung. Vivo. Realme. Oppo. Xiaomi. Nokia. dan Infinix

97

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Tidak hanya menjual berbagai macam Handphone Derwil Cell juga menjual Derbagai macam aksesoris *Handphone* seperti Antigores. Silicon. Casan. Kabel casan. Power Bank. dan Headset. Alasan Derwil Cell menjual aksesoris adalah Sebagai pelengkap kebutuhan dari konsumen agar *Handphone* yang dibeli bisa memiliki jangka pemakaian yang lama.

A. Persaingan

Setelah melakukan analisa pesaing penulis menemukan dua toko yang merupakan pesaing bagi toko *Derwil Cell* yaitu toko *Kriss Cell* dan *OK phone*. Masing masing dari toko pesaing tersebut memiliki kelebihan nya masing masing. ditambah lagi kompetitor ini sudah memiliki banyak pelanggan tetap. Hal ini tentunya akan menjadi persaingan yang cukup ketat dimana toko *Derwil Cell* merupakan toko *Handphone* yang baru dan harus bersaing dengan para kompetitor yang sudah memiliki nama dan sudah lama membuka tokonya di mall BTC.

Kian Langkah yang digunakan toko *Derwil Cell* agar dapat bersaing dengan para kompetitor adalah dengan memberikan nilai value dan pelayanan lebih yang diberikan kepara pembeli. Dan juga Derwil Cell menggunakan media social seperti Facebook. Instagram. dan Tiktok yang dimana ketiga media social tersebut dijadikan sebagai alat promosi sehingga dapat meningkatkan citra brand dari toko Derwil Cell. Derwil Cell juga memainkan promo yang menarik dengan memberikan promo pembelian pembelian *Handphone* gratis antigores dan silicon pelindung dan promo ini dilakukan secara berskala.

©e. Target dan Ukuran Pasar

Target dan ukuran pasar toko *Derwil Cell* menerima konsumen dari segala jenis kelamin dengan usia 12 sampai 60 tahun. Dari segi pendapatan. yang dituju merupakan konsumen dengan pendapatan kelas menegah dan kelas bawah dengan
98 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

nilai pendapatan dari Rp 4.000.000 hingga Rp 8.000.000 / Bulan. Segmentasi atama Derwil Cell merupakan pekerja kantoran dan mahasiswa yang membutuhkan Handphone dengan speksifikasi tinggi.

Gr. Strategi Pemasaran

milik Strategi pemasaran yang digunakan Derwil Cell meliputi metode **B** Zdiferensiasi. Positioning. penetapan harga. dan saluran distribusi. Dalam metode diferensiasi Derwil Cell memberikan nilai value lebih kepada pelanggan dengan Ememberikan pelayanaan dan promo promo yang menarik guna untuk mnearik minat beli konsumen. Dalam metode positioning *Derwil Cell* memosisikan toko di benak konsumen sebagai "toko *Handphone* yang memberikan harga murah dan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli". Tagline yang akan digunakan Derwil Cell adalah "Harga terjangkau pelayanan memukau".

Penetapan harga toko Derwil Cell menggunakan metode competition based pricing. Competition based pricing adalah metode penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam industri sejenis dan pangsa pasar yang sama. Dengan memakai metode ini harga produk yang di jual Derwil Cell disesuaikan dengan harga yang dijual para kompetitor. Dan dalam saluran distribusi Derwil Cell menggunakan model saluran distribusi tingkat satu dan berada pada posisi pengecer untuk menghubungkan produsen terhadap konsumen.

g. Tim Manajemen Anggota pe

Anggota pengelola toko *Derwil Cell* menggunakan 3 orang pekerja yaitu bagian CEO/Pemilik Usaha. manajer umum. dan Karyawan toko. Masing masing bidang memiliki tugas dan job desk nya. Tugas utama CEO/ pemilik adalah Memimpin pengembangan strategi jangka pendek dan jangka panjang toko Derwil Cell. Menciptakan dan mengimplementasikan visi dan misi Derwil Cell.



Untuk divisi manajer umum Manajer umum tanggung jawab penuh dalam mengontrol dan menjaga setiap pekerjaan yang dilakukan di toko. Seperti memegang kunci toko. mengatur karyawan. memikirkan strategi yang atau langkah gyang akan diambil kedepanya. dan hal hal lain yang terjadi di dalam toko.

milik IB Karyawan tok adalah pegawai yang bekerja di toko dan dibawah pimpinan manajer langsung. Karyawan toko diberikan tanggung jawab dan tugas yang lebih dalam mengurus toko. seperti melayani dan menjual Handphone atau assesoris. Emembantu dalam membuka dan menutup toko. bertanggung jawab atas produk yang dijual di toko.

h.Kelayakan Keuangan

Dalam aspek kelayakan Keuangan memiliki beberapa metode dalam

perhitunganya seperti *Payback Periode. Net Present Value. Profitability Index.* Dan yang terakhir *Break even point*. *Derwil Cell* tidak menggunakan *Internal Rate* of Return Karena tidak memiliki pinjaman bank. Derwil Cell memiliki tingkat kelayakn keuangan yang baik dengan nilai Payback Periode Derwil Cell 4tahun 3 bulan 14 hari. Nilai NPV sebesar Rp 24.737.018. Dan nilai Profitability Index sebesar 1.08 yang menunjukan kelayakan karena nilai tersebut di atas 1. Dan yang terakhir nilai *Break even Point Derwil Cell* yang lebih besar Rp 331.537.051 dari The state of the s

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik

Tabel 9.1

BEP Rekomendasi Visibilita Usaha Derwil Cell 2023 – 2027

Tahun	BEP
2023	Rp 1.316.635.140
2024	Rp 1.416.761.087
2025	Rp 1.517.618.220
2026	Rp 1.619.330.788
2027	Rp 1.722.010.898

Sumber: Data Derwil Cell. 2022

Tabel 9.2

Rekomendasi Visibilitas Usaha Derwil Cell

7			
Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	4tahun 3bulan 14hari	layak
Net Present Value	Rp 296.521.000	Rp 321.258.018	layak
Profitabilitas Index	1	1.08	layak
Break Even Point	Rp 1.316.635.140	Rp 1.648.172.191	layak
St			
Stitut			
Bisni			
.			

fitab Anstitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie