**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF/ REKOMENDASI**

1. **Ringkasan Kegiatan Usaha**
2. **Konsep Bisnis**

Cardstory merupakan vendor kartu undangan yang berinovasi dengan menawarkan banyak pilihan desain dan bentuk undangan juga jenis undangan yang bukan hanya undangan fisik tetapi undangan online berupa video. Cardstory juga dapat menyesuaikan *budget* berdasarkan *pricelist*, jenis, dan desain sehingga calon kostumer memiliki fleksibilitas yang tinggi untuk memilih undangan yang tepat dan sesuai *budget*.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

Cardstory memiliki visi, “Menjadikan Cardstory sebagai vendor kartu udangan pilihan utama masyarakat berdasarkan kualitas terbaik, desain kreatif, dan harga yang terjangkau” Misi dari Cardstory adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media kreatifitas yang menajak konsumen untuk berkreasi memberikan ide atau gagasan.
2. Sebagai vendor yang mendengarkan keinginan dan kemampuan konsumen.
3. Sebagai vendor yang selalu mengedepankan kualitas bahan kertas.
4. Sebagai vendor yang selalu mengedepankan kontrol kualitas sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP).
5. Memberikan harga yang terbaik sesuai dengan kemampuan kostumer.
6. Memberikan banyak pilihan alternatif desain yang menarik dan kreatif.
7. **Produk**

Cardstory merupakan perusahaan yang mempunyai segmentasi konsumen dari kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas, mulai dari Kartu undangan fisik dari kertas blanko biasa yang sangat terjangkau sampai kertas berkualitas seperti concorde dan akasia dengan balutan pita dan desain packaging yang luar biasa indah, selain itu Cardstory juga memproduksi video undangan online**.**

1. **Persaingan**

Keberhasilan suatu bisnis terjadi jika perusahaan mampu membaca dan menganalisis kekurangan dan kelebihan pesaing sebagai acuan untuk dapat menentukan strategi apa yang akan dilakukan untuk memenangkan persaingan di industrinya. Perusahaan membutuhkan data dan informasi dari para pesaing yang terdekat yang ada di sekitar tempat usaha itu berdiri. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan agar efektif dan efisien. Data ini bersumber dari harga, promosi, dan saluran distribusi dari pesaing. Hal ini dilakukan untuk melihat apa kekurangan pesaing agar dapat kita atasi dan apa kelebihan pesaing yang dapat kita contoh. Untuk mengetahui data dan informasi tersebut, maka dilakukan observasi ke beberapa bisnis vendor kartu undangan sejenis. Dalam analisis CPM yang telah di lakukan Cardstory, Cardstory unggul di tiga point dari pesaingnya Memoir Papperie dan Undangan Online yaitu Harga yang Fleksibel, Fasilitas Meeting, Variasi Pilihan Animasi Udangan Online.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Cardstory memiliki target pasar seluruh masyarakat Indonesia dengan segala usia, ras, agama, suku dan kebangsaan serta pada jenis kelamin wanita maupun laki-laki. Masyarakat dari kalangan menengah hingga atas dengan gaya hidup yang praktis dengan mobilitas tinggi, serta memiliki selera terhadap desain dan bahan baku yang berkualitas baik.

1. **Strategi Pemasaran**

Promosi adalah salah satu faktor terpenting dalam penentu keberhasilan bagi sebuah perusahaan dalam mendapatkan perhatian dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi yang menarik mampu menarik minat dari konsumen dan berdampak positif pada peningkatan penjualan perusahaan. Salah satu media yang akan digunakan oleh Cardstory dalam memasarkan bisnisnya adalah media sosial. Media sosial dipilih sebagai media pemasaran yang utama karena biaya promosinya yang murah dan memiliki pengguna yang banyak. Di era globalisasi sekarang, kecanggihan teknologi diimbangi dengan penggunaan internet yang semakin berkembang. Cara yang digunakan dalam pemasarannya adalah *endorsement* ataupun *paid partnership* dengan para *influencer* yang akan mengadakan sebuah acara berundang.

*Market place* seperti Bridestory dan Weddingku juga sering mengadakan *wedding festival* yang berisi vendor - vendor kebutuhan pernikahan. Masing - masing *market place* mengadakan *wedding festival* pada triwulan ke 1 dan triwulan ke 3, rata-rata festival yang di adakan oleh satu *market place* sekitar 2x dalam satu tahun. *Wedding festival* biasanya diadakan dalam 7 hari berturut-turut, fasilitas yang didapatkan berupa *booth* sebesar 4x4 meter dan media promosi dari *market place* yang mengadakannya. Media pemasaran berikutnya yang akan digunakan oleh Cardstory adalah *market place*, seperti Bridestory, Weddingku, Shopee, dan Tokopedia. *Market place*  seperti Bridestory dan Weddingku dipilih karena market place ini di khusukan untuk menangui vendor-vendor khusus untuk acara pernikahan. Sedangkan Shopee dan Tokopedia dipilih karena statusnya yang menduduki 2 besar *market place* di Indonesia dan biaya pendaftaran didapatkan secara gratis.

 Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. Cardstory menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau produk yang dijual Cardstory dengan sangat cepat. Informasi perusahaan, visi misi, dan produk yang dihasilkan dapat dilihat di dalam website. Perusahaan yang memiliki *domain* tersendiri memiliki kesan bahwa perusahaan ini kompatibel dan terpercaya. Hampir semua perusahaan besar di Indonesia menggunakan *website* untuk keperluannya dalam hal pemasaran.

1. **Tim Management**

Cardstory merupakan bisnis *start-up* dengan struktur organisasi sederhana, dimana pemilik sekaligus sebagai manajer dan langsung membawahi 2 bagian divisi yaitu Desainer dan *Frontliner*.

1. **Kelayakan Bisnis**

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan indikator-indikator seperti berikut ini.

**Tabel 9.1**

**Kesimpulan Kelayakan Keuangan Cardstory**

*Sumber: Cardstory*

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi, menunjukan bahwa usaha Cardstory layak untuk dijalankan.