

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a. Konsep Bisnis

Konsep bisnis yang dianut adalah menyediakan produk *case iPhone* dengan harga yang relatif terjangkau untuk kalangan menengah ke atas. MiCase memfokuskan bisnis ini pada sektor *online* yang didukung oleh beberapa *marketplace* di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia dan TikTok. Karena MiCase fokus pada penjualan *online*, maka target pasar yang penulis fokuskan untuk bisnis *online* tidak hanya kota Jakarta saja tetapi mencakup seluruh wilayah Indonesia.

##### b. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi: Menjadi salah satu penyedia *casing iPhone* terkenal di Indonesia yang berbasis *online*.

##### 2) Misi:

- a) Menyediakan casing iPhone berkualitas terbaik.
- b) Memberikan pelayanan terbaik ke seluruh konsumen.
- c) Menjadi pemimpin pasar *casing iPhone* berbasis *online* di Indonesia.

3) Tujuan: Tujuan memiliki 2 segmentasi sesuai dengan jangka waktunya, yaitu:

##### a) Tujuan jangka pendek :

- (1) Membangun *brand image* yang baik dan terpercaya bagi masyarakat.
- (2) Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.





b) Tujuan jangka panjang:

- Ⓒ (1) Menguasai pangsa pasar *retail case iPhone* di Indonesia, khususnya di pasar *online*.

c. Produk

MiCase merupakan usaha toko *online* yang bergerak di industri aksesoris *smartphone* yang menyediakan produk berbasis *casing smartphone* untuk pengguna *iPhone*. MiCase menyediakan beberapa kategori produk seperti *hardcase, softcase, leather case, dan silicone case* dengan model-model setiap produk yang bervariasi. *Casing iPhone* yang dijual kisaran dari harga Rp 19.000 hingga Rp 49.000.

d. Persaingan

Pesaing dari MiCase adalah Migun Case dan Casetopia.id. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing tersebut serupa dengan MiCase. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) MiCase memperoleh poin sebesar 2.889, sedangkan untuk Migun Case memperoleh poin sebesar 3.288 dan Casetopia.id memperoleh poin sebesar 2.975. Hasil analisis CPM yang lebih rendah bukanlah faktor utama dalam menentukan apakah suatu perusahaan lebih buruk dari para pesaingnya, karena angka-angka dalam perincian CPM hanya menggambarkan bahwa setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda. MiCase memiliki keunggulan dibandingkan kompetitornya dalam hal pelayanan yang responsif dan promosi yang menarik. Sedangkan kelemahan MiCase adalah mereknya tidak dikenal oleh konsumen.

e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar MiCase adalah wanita dan pria Indonesia yang memiliki *iPhone* yang berada pada golongan remaja hingga dewasa di kelas sosial menengah keatas yang berperilaku konsumtif. Tidak hanya itu, MiCase ingin memposisikan diri sebagai penyedia *casing iPhone* dengan harga murah tetapi berkualitas melalui *online*.

Ⓒ Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





h. Kelayakan Keuangan

**Tabel 9.1**  
**Kesimpulan Kelayakan Investasi MiCase**

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak
Net Present Value	0	105.452.377	Layak
Payback Period	5 Tahun	3 tahun 2 bulan 22 hari	Layak
Profitability Index	1	1.92158126	Layak

Sumber: Tabel 7.24, Tabel 7.25, Tabel 7.26, data diolah

**9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Dalam rangka memaksimalkan penjualan, MiCase dapat meningkatkan strategi pemasaran. Salah satunya dengan melakukan endorsement dan memberikan promo diskon untuk pembelian tertentu. Dengan melaksanakan strategi pemasaran yang demikian, diharapkan konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk dari MiCase. MiCase harus menjaga hubungan baik dengan supplier, tidak hanya satu supplier, namun dengan semua supplier. Jika memungkinkan, MiCase menjalin hubungan dengan banyak supplier untuk memudahkan pembelian stok barang dagang.

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.