



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Saat ini hampir setiap orang memiliki dan menggunakan *smartphone*, dan *smartphone* saat ini bukanlah kebutuhan sekunder, melainkan kebutuhan primer, karena masyarakat sangat mengandalkan komunikasi. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, 167 juta orang atau 89 persen dari total penduduk Indonesia menggunakan ponsel pintar atau *smartphone*. Perkembangan *smartphone* berbanding lurus dengan penggunaan pelindung *smartphone*, karena material bodi *smartphone* yang tidak tahan terhadap goresan atau benda tajam menjadi alasan mengapa pengguna membutuhkan perlindungan agar bodi *smartphone* tetap bagus seperti baru. Oleh karena itu, penjualan casing *smartphone* menjadi salah satu bidang bisnis yang paling menjanjikan. Pelindung *smartphone* saat ini sangat populer di kalangan masyarakat terutama remaja, namun tidak menutup kemungkinan orang dewasa juga bisa menggunakan pelindung *smartphone*.

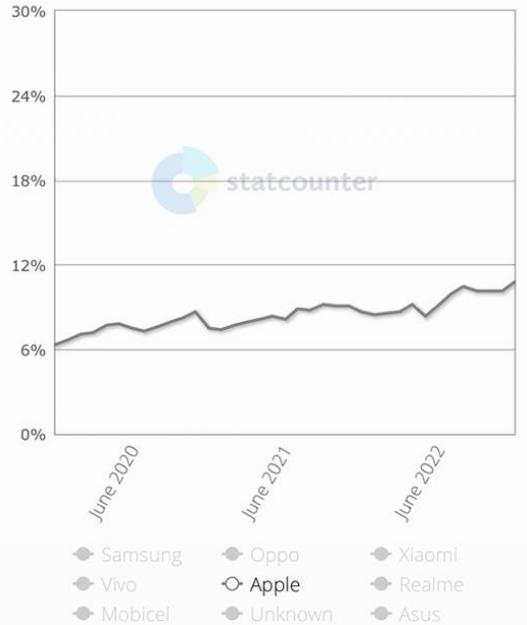
(Sumber: www.mediaindonesia.com)

Saat ini salah satu *smartphone* yang menguasai pasar di Indonesia adalah *iPhone*, dimana pengguna *iPhone* ini terus mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir ini berdasarkan data pada *website statcounter*, jumlah pengguna *iPhone* di Indonesia pada desember 2019 sekitar 6,38% dari total jumlah penduduk di Indonesia, dan kemudian naik menjadi 10,76% pada desember 2022.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Pengguna iPhone di Indonesia dari Tahun 2019-2022

Mobile Vendor Market Share
Indonesia
Dec 2019 - Dec 2022



Sumber: <https://gs.statcounter.com/>

Sehubungan dengan hal tersebut, hal inilah yang mendasari bisnis *retail* di bidang *iPhone case* sebagai peluang dari pemikiran penulis. Apalagi budaya belanja online sudah mendarah daging di masyarakat, terutama masyarakat ibu kota Jakarta yang tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja di toko fisik karena kesibukannya sehari-hari.

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* bisa mencakup seluruh wilayah Indonesia tidak hanya kota Jakarta saja. Dengan bisnis *online*, jangkauannya lebih luas, dan juga bisa diakses 24 jam sehari oleh siapapun dan dimanapun sehingga lebih banyak calon pembeli yang bisa dijangkau. Inilah keunggulan bisnis *online* yang tidak ditemukan di toko fisik, yang seringkali aktivitas kerjanya terbatas.

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.2 Gambaran Usaha

MiCase adalah entitas bisnis online yang didedikasikan untuk melindungi ponsel cerdas. MiCase menjual berbagai macam jenis *case iPhone* yang didesain dengan kualitas terbaik. MiCase menawarkan *casing iPhone* yang *trendy* dalam berbagai variasi, merangsang minat konsumen untuk berbelanja.

a. Visi

Visi adalah pernyataan singkat dan jelas tentang tujuan akhir organisasi atau gambaran masa depannya. Setiap organisasi yang dipimpin harus memiliki visi sebagai acuan dan tujuan yang ingin dicapai. Menurut David dan David (2017:38) Pernyataan visi harus menjawab pertanyaan mendasar, "Kita akan menjadi seperti apa?".

Oleh karena itu, visi adalah pernyataan tentang apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Oleh karena itu, MiCase memiliki visi yang jelas, yaitu "Menjadi salah satu penyedia *Casing iPhone* terkenal di Indonesia yang berbasis *online*".

b. Misi

Misi adalah pernyataan tentang bagaimana organisasi atau bisnis harus melakukan untuk mencapai tujuan jangka panjang atau untuk mencapai visi yang telah ditentukan. Menurut David dan David (2017:38) Pernyataan misi menjawab pertanyaan terpenting "Apa produk bisnis kita?".

Misi MiCase adalah:

- 1) Menyediakan casing iPhone berkualitas terbaik.
- 2) Memberikan pelayanan terbaik ke seluruh konsumen.
- 3) Menjadi pemimpin pasar *casing iPhone* berbasis *online* di Indonesia.



c. Tujuan

Tujuan perusahaan merupakan penjabaran yang lebih spesifik dari visi dan misi yang dibuat oleh suatu perusahaan. Biasanya tujuan ini berisi target yang hendak dicapai oleh perusahaan yang akhirnya merupakan ukuran dari kinerja perusahaan tersebut. Dalam membangun usahanya MiCase membagi tujuan perusahaannya menjadi dua, yakni tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek yang disusun oleh MiCase adalah:

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

Sedangkan tujuan jangka panjang adalah serangkaian tujuan yang ditetapkan dalam jangka waktu yang lama, biasanya selama lima tahun ke depan atau lebih. menguasai pangsa pasar *retail case iPhone* di Indonesia, khususnya di pasar *online* merupakan tujuan jangka panjang dari bisnis MiCase.

1.3 Besarnya Peluang Usaha

Besar kecilnya peluang menentukan kelangsungan hidup usaha. Peluang bisnis yang besar memberikan peluang bagi perusahaan untuk tumbuh dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

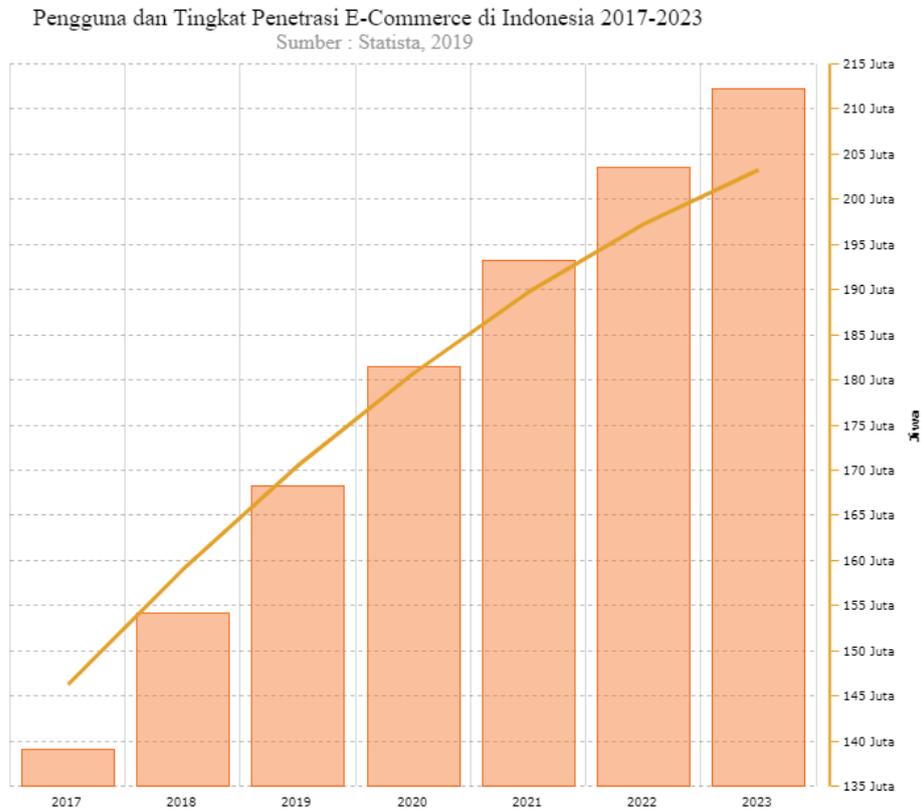
Pertimbangkan gaya hidup saat ini di mana orang cenderung mengkonsumsi lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Gaya hidup konsumen dan didukung oleh rasa gengsi yang tumbuh telah meningkatkan permintaan *casing iPhone*.

Selain itu, tren belanja yang berubah merupakan peluang yang menjanjikan, oleh karena itu penulis memutuskan untuk menjangkau secara langsung melalui *online*. Bisnis *online* sendiri cakupannya jauh lebih luas daripada bisnis yang masih dijalankan dan dioperasikan dengan cara tradisional. Tempat untuk dikenal berbisnis *online* tidak terbatas



ruang dan waktu, artinya calon konsumen dapat membeli dan bertransaksi kapan saja, di mana saja.

Gambar 1.2
Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023



Datadata.co.id

databoks

Sumber: <https://www.statista.com>

Tren pengguna e-commerce di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan diproyeksikan akan terus berlanjut selama beberapa tahun ke depan.

Menurut Statista, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia hanya mencapai 139 juta pada tahun 2017, meningkat 17,4% hingga mencapai 193,2 juta pada tahun 2021 lalu. Diproyeksikan mencapai 203,5 juta pengguna tahun ini dan 212,2 juta pengguna pada 2023. Pada tahun 2023, diharapkan mencapai 75,3% dari total populasi pasar terpilih. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui tentang belanja *online*.

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

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



1.4 Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana merupakan salah satu yang penting dalam proses operasi usaha MiCase, karena dalam proses operasinya diperlukan biaya untuk membeli peralatan, barang dagang dan perlengkapan lainnya. Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha berasal dari tabungan penulis dan warisan orang tua. Berikut terlampir tabel yang menjelaskan kebutuhan dana MiCase:

Tabel 1.1
Kebutuhan Dana MiCase per bulan

Keterangan	Jumlah (Rp)
Kas	25.000.000
Sewa Ruang	36.000.000
Peralatan	25.285.000
Perlengkapan	352.000
Stok Barang Dagang	23.788.479
Biaya Pemasaran	4.000.000
Total	114.425.479

Sumber: MiCase

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.