# **BAB IX**

# **RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

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

Marketing-IN merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa digital marketing agensi. Marketing-IN menawarkan jasanya dalam menghasilkan output promosi dengan kualitas yang terbaik didukung dengan teknologi yang modern dan canggih serta kretifitas yang tinggi. Harga yang mampu bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor yang ada di Indonesia. Marketing-IN memiliki kantor yang terletak di Pekayon Jaya, Jaka Setia, Bekasi, Grand Galaxy Park. **Visi** dari usaha Marketing-IN : “menjadi digital Marketing agensi yang dikenal di seluruh Indonesia, menjadi digital marketing agensi yang berkualitas dan membangun relationship yang kuat dengan pelanggan”

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

**Visi** dari usaha Marketing-IN : “menjadi digital Marketing agensi yang dikenal di seluruh Indonesia, menjadi digital marketing agensi yang berkualitas dan membangun relationship yang kuat dengan pelanggan”

Misi Marketing-IN adalah sebagai berikut ;

1. Dapat mengkomunikasikan promosi sebuah produk kepada target yang dianggap tepat.
2. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi semua pelanggan.
3. Membangun brand awareness agar perusahaan dikenal diseluruh Indonesia.

Tujuan Jangka Pendek Marketing-IN adalah :

1. Menawarkan jasa yang berkualitas dan menghasilkan output yang baik.
2. Memberikan pelayanan yang memuaskan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
3. Target penjualan tercapai.
4. Membantu UMKM yang ingin mempromosikan produknya secara online.

Tujuan Jangka Panjang Marketing-IN adalah :

1. Mengembangkan pasar hingga ke luar negeri.
2. Menguasai pasar domestic sebesar 1% dalam kurun waktu 5 tahun.
3. **Produk/Jasa**

Jasa yang ditawarkan oleh Marketing-IN secara garis besar menawarkan jasa promosi, pengelolaan sosial media, marketplace dan pembuatan website. Marketing-in memiliki 3 macam paket yaitu :

1. Marketing-IN menawarkan Manajemen Sosial Media Facebook dan Instagram, sosial media Facebook dan Instagram di tunjukan kepada setiap toko online yang baru memulai usahanya dan bingung untuk membuat konten di sosial media. Dengan adanya paket ini diharapkan dapat membantu dan mempermudah pemilik toko online, karena sosial medianya di *handle* oleh tim kami secara profesional.
2. Marketing-IN juga menawarkan paket Manajemen *Marketing Place*. Keberadaan marketplace raksasa di Indonesia membuat peta pemasaran digital berubah ke arah yang lebih massive. marketplace mendorong percepatan perubahan kebiasaan orang indonesia dalam bertransaksi online. Namun, banyak pebisnis yang tidak memiliki waktu dan keahlian untuk memanfaatkan potensi besar marketplace seperti tokopedia, bukalapak, shopee, dan lazada sehingga kehilangan kesempatan yang amat berharga untuk mendapatkan pelanggan. Karena tingginya permintaan dan kebutuhan untuk membantu manage marketplace ini, Marketing-IN menawarkan jasa lengkap untuk memaksimalkan potensi besar dari marketplace untuk perkembangan bisnis anda.
3. Marketing-IN memberikan pelayanan jasa pembuatan website profesional yang terjangkau. Yang menjadikan bisnis lebih profesional dengan memiliki website yang elegan dan berkelas.
4. **Persaingan**

Persaingan merupakan hal yang wajar antar setiap pelaku bisnis, maka dari itu perusahaan diharuskan memiliki informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing, agar perusahaan dapat merencanakan strategi persaingan yang efisien untuk melawan pesaing. Pesaing dari Marketing-IN adalah Indonesia Digital Marketing dan Indeo. Jasa yang ditawarkan oleh kedua pesaing tersebut sama seperti yang ditawarkan oleh Marketing-IN, maka dari itu banyak aspek yang harus diperhatikan agar dapat mengalahkan pesaing. Dari hasil analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Marketing-IN memperoleh poin sebesar 3,05, sedangkan untuk Indonesia Digital Marketing memperoleh poin sebesar 3,55 (diatas Marketing-IN dan Indeo) dan Indeo memperoleh poin sebesar 3,25 (diatas Marketing-IN). Marketing-IN memiliki kekuatan disbanding pesaing yaitu dengan menambahkan *value* dalam setiap jasa yang ditawarkan. Sedangkan kelemahan Marketing-IN adalah harga yang sedikit lebih mahal dan citra merek yang belum terkenal.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Target pasar Marketing-IN adalah para pebisnis yang baru memulai membuka toko online di dunia digital terutama pada sosial media Facebook, Instagram,Marketplace (Bukalapak, shoppee, Tokopedia dsb) dan Website Development. Para pebisnis yang baru mulai membuka toko online cenderung agak sulit dalam mengelola sosial media, marketplace dan websitenya. dikarenakan masih minimnya pengalaman, sehingga toko online yang mereka kelola tidak berjalan maksimal. Marketing-IN memanfaatkan peluang ini untuk membantu para pebisnis tersebut agar toko onlinenya berjalan dengan maksimal.

1. **Strategi Pemasaran**

Karena promosi memiliki peran yang penting untuk sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru berdiri maka Marketing-IN berencana untuk melakukan kegiatan promosi yang sebagai berikut:

* 1. Melalui Media Publisitas – Jejaring Sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi utama Marketing-IN karena rata-rata masyarakat hari ini aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari untuk sekedar melihat berita, berkomunikasi, belanja online hingga mencari info-info terkait tempat baru yang sedang hits dikunjungi. Adapun sosial media yang digunakan adalah *Instagram, Facebook, Whatsapp,* dan Email. Besarnya penggunaan sosial media ini berpengaruh besar dalam promosi Marketing-IN. Dalam perencanaannya, Marketing-IN akan fokus menggunakan Instagram untuk membagikan informasi terkait kegiatan sehari-hari di Marketing-IN, promosi yang berlaku, serta daftar paket yang disajikan karena Instagram merupakan sosial media yang paling banyak di akses saat ini.

b*. Website*

Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. Marketing-IN menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau jasa yang dijual Marketing-IN dengan sangat cepat. Informasi perusahaan, visi misi, dan portfolio 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.

c. Melalui Media Penjualan Perseorangan – *Personal Selling*

Perusahaan juga merencanakan untuk menggunakan alat promosi ini karena perusahaan memiliki bagian marketing untuk menawarkan produk atau jasa secara langsung kepada para calon pelanggan, seperti contoh menawarkan paket jasa pembuatan website serta paket lainnya kepada para toko online yang belum memiliki website. Pendekatan ini dilakukan oleh Marketing-IN melalui *Direct Message* Instagram.

d. Kartu Nama

Kartu nama berfungsi sebagai saran informasi singkat mengenai data diri perusahaan yang berisi nama usaha, namua pemilik, alamat usaha, nomor telepon, link website, dana akun media sosial. Selain sebagai sarana informasi, kartu nama ini juga berfungsi sebagai media promosi usaha.

1. **Tim Manajemen**

Marketing-IN merupakan sebuah bisnis dengan struktur organisasi sederhana, dimana posisi tertingginya adalah CEO dan membawahi 2 bidang secara langsung, yaitu bagian Creative Manager, bagian Account Manager. Bagian Creative Manager masuk kedalam tim produksi yang dibantu oleh 3 orang yaitu *Graphic Designer, Photographer* dan *Videographer* dan *Website Developer*. Sedangkan *Account Manager* masuk kedalam tim marketing dan manajemen yang dibantu oleh 2 orang yaitu, *Account Executive* dan *Copy Writer.*

1. **Kelayakan Keuangan**

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* ( NPV ), *payback period* ( PP ), *Profitability Index* (PI). Hasil diperoleh bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu untuk *Payback Period* diperoleh 1 Tahun 2 bulan 10 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Sedangkan untuk *Profitability Index* diperoleh nilai lebih dari 1 yaitu 2,452. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis Marketing-IN layak untuk dijalankan.