# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

1. **Ide Bisnis**

Globalisasi merupakan suatau fenomena yang sangat membawa pengaruh besar terhadap perkembangan zaman serta mempengaruhi hampir semua sektor kehidupan yang ada di dunia ini, termasuk salah satunya pada sektor ekonomi. Masuknya globalisasi kedalam sektor perekonomian tentunya banyak merubah segala sudut pandang perekonomian dunia.

Pertumbuhan globalisasi ini juga disebabkan oleh teknologi-teknologi canggih yang menjadi salah satu faktor pendukung mudahnya untuk melakukan interaksi-interaksi antar global, salah satu contoh nyata yang paling mudah dirasakan dari dampak globalisasi pada bisnis internasional yaitu berkembangnya suatu lingkungan bisnis baru yang disebut *E-commerce.*

E-commerce atau perdagangan elektronik saat ini sudah menyentuh berbagai macam aspek kehidupan dalam masyarakat di dunia dan juga mempengaruhi perilaku UMKM dalam mempromosikan bisnisnya. Hal ini tentu saja mendorong pertumbuhan *E-commerce* baik dalam negeri maupun di luar negeri. Produk yang dipasarkan dalam *E-commerce* juga semakin beragam. Dimulai dari makanan, mabel, elektronik, otomotif, kerajinan tangan hingga properti. Semua produk tersebut dapat dengan mudah dtemukan di website, media sosial dan beberapa *marketplace.*

Ide bisnis yang dipilih untuk dijadikan rencana bisnis adalah digital marketing agensi. Hal tersebut dikarenakan banyaknya UMKM yang memasuki dunia digital seperti Facebook, Instagram, dan Youtube. Sehingga cara UMKM mempromosikan produk akan berubah 90 derajat yang sebelumnya promosi melalui koran, televisi, kini akan berubah ke dalam bentuk digital seperti, website, Instagram & facebook.

Oleh karena itu, penulis memilih usaha ini yang dapat menjadi bisnis yang berkalanjutan karena dunia promosi akan terus berkembang. Penulis menawarkan digital Marketing agensiyang berkualitas dan harga yang kompetitif dibanding dengan para pesaing. Dengan ini, diharapkan jasa yang ditawarkan oleh penulis menjadi pilihan utama bagi UMKM yang baru membuka bisnis onlinenya. Target pasar bisnis ini adalah UMKM(Usaha Mikro Kecil Menengah) pemain lama maupun pemain baru dalam dunia online dalam bidang bisnis apapun.

1. **Gambaran Usaha**
2. **Bidang Usaha**

Promosi merupakan salah satu sarana untuk mengenalkan produk agar produk suatu perusahaan dapat dikenal luas di kalangan masyarakat. perkembangan pesat dalam dunia promosi membuat para pebisnis online untuk berlomba-lomba dalam mempromosikan bisnisnya agar bisnisnya dapat terus berkembang. Namun untuk mengiklankan bisnisnya pada media sosial para pebisnis harus memahami cara-cara baru agar promosinya dapat menjadi perhatian audiensnya dan iklannya tepat sasaran sesuai target yang dituju.

Oleh karena itu, kami hadir sebagai salah satu digital marketing agensi untuk membantu para pebisnis yang ingin mempromosikan bisnisnya secara online di dunia internet. Jasa ini dibandrol dengan harga yang terjangkau. Harga yang ditawarkan telah dipertimbangkan dan diperhitungkan dengan membandingkan harga pesaing yang menyediakan jasa.

Bisnis Agensi ini didirikan agar dapat membantu para pebisnis yang kesulitan dalam memasarkan produknya secara online terutama para pebisnis yang baru memulai bisnis onlinenya. Dengan adanya bantuan kami dalam mempromosikan bisnis UMKM, kami berharap nantinya para pebisnis yang menggunakan jasa agensi kami akan mendatangkan audiens yang tepat kepada bisnis yang dijalankannya.

Alasan penulis memilih bisnis agensi ini selain karena tingginya pertumbuhan UMKM yang beralih ke digital, ini juga berhubungan dengan apa yang penulis pelajari pada saat penulis melakukan mentorship. Perbedaannya perusahaan tersebut masuk kedalam media besar seperti televisi. Sedangkan penulis melihat peluang dalam media online.

1. **Visi Dan Misi Perusahaan**
2. **Visi Perusahaan**

Menurut David (2013:75), Pernyataan visi adalah pernyataan yang harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti “Perusahaan akan menjadi apa?” visi menggambarkan impian atau keinginan yang ingin dicapai oleh perusahaan di masa depan, tentunya dengan menangkap peluang dan bersiap dengan tantangan.

Sebelum menentukan sebuah misi, visi sebaiknya dikembangan terlebih dahulu karena visi mempunyai peran membantu mengarahkan perusahaan di dalam beroperasi. Di dalam membuat visi perusahaan dapat menentukan batas waktu yang ingin dicapai. Karena itu, untuk membuat pernyataan visi yang tepat harus memenuhi persyaratan visi, antara lain :

1. Berorentasi pada masa depan
2. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini
3. Mengekspresikan kreatifitas
4. Mempunyai harapan standar yang tinggi
5. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

Melihat dari teori diatas, berikut adalah **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. **Misi Perusahaan**

Menurut David (2013:75). Misi adalah deklarasi organisasi dalam hal “alasan keberadaan”, yang membedakan satu organisasi dengan perusahaan lain yang sejenis. Hal tersebut menjawab pertanyaan “Apakah bisnis kita?”. Pernyataan misi mengungkapkan ingin menjadi apa organisasi dan siapa yang ingin dilayaninya, serta membantu mendapatkan tujuan dan menyusun strategi secara efektif. Adapun 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.
4. **Tujuan Perushaan**

Penentuan tujuan sangat penting untuk keberhasilan sebab dalam menentukan tujuan akan membantu mengevaluasi, menciptakan strategi, menunjukan prioritas, menekankan koordinasi, memberi dasar untuk perencanaan yang efektif, pengorganisasian, alat motivasi dan pengendalian.

Oleh karena itu, tujuan merupakan hal yang penting sebelum seseorang memutuskan untuk membangun sebuah bisnis. Tujuan di bagi menjadi 2, tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Marketing-IN merupakan sebuah bisnis digital marketing agensi dengan tujuan sebagai berikut :

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. **Besarnya Peluang Bisnis**

Peluang usaha merupakan kesempatan yang tepat yang seharusnya dimanfaatkan bagi seorang wirausaha maupun calon wirausaha untuk meraup keuntungan. Tanpa kerja keras dan keberanian untuk mengambil resiko maka peluang yang ada hanya akan menjadi peluang yang terus menerus melayang tanpa menghasilkan apa pun.

saat ini usaha untuk membuka toko online kian meningkat. Kita dapat menemukan banyak toko-toko di media sosial dengan mudah dan berbagai macam bidang bisnis seperti makanan, baju, elktronik dsb. Bisa dibilang bahwa untuk mendirikan usaha Digital Marketing Agensi ini cukup menjanjikan karena melihat adanya peluang tersebut. Bagi penulis ini adalah saat yang tepat untuk membuka Digital Marketing Agensi. Penulis akan mempromosikan jasa ini melalui online, seperti di media sosial dan website.

Bukti pertumbuhan bahwa UMKM berpindah menjadi digital dapat dilihat pada **gambar 1.1.**

**Gambar 1.1**

**pertumbuhan bahwa UMKM berpindah menjadi digital**



Sumber : <https://biz.kompas.com/read/2017/09/08/095925428/infografik-begini-potensi-6-juta-umkm-jika-berhasil-go-digital>

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa 6 juta UMKM akan menuju ke dalam dunia digital pada tahun 2020, ini menandakan bahwa pertumbuhan toko online sangat tinggi, sehingga potensi untuk mendirikan jasa periklanan dalam dunia digital seperti media sosial sangatlah besar, dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis jasa periklanan memiliki pangsa pasar yang besar dalam beberapa tahun kedepan, sehingga bisnis ini layak untuk didirikan.

1. **Kebutuhan Dana**

Untuk merealisasikan rencana bisnis dibutuhkan dana sebagai investasi awal. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap yang berwujud seperti tanah, bangunan, peralatan dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendirian. Sumber pendanaan Marketing-IN berasal dari dana pribadi dan orang tua. Investasi awal yang dibutuhkan untuk membuka usaha ini sebesar **RP. 342.955.104**

**Tabel 1.1**

**Rincian Kebutuhan Marketing-IN(dalam Rupiah)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **Keterangan** | **Kebutuhan Dana** |
| 1 | Kas | 20.000.000 |
| 2 | Perlengkapan | 3.380.704 |
| 3 | Biaya Peralatan | 176.004.400 |
| 4 | Biaya Sewa | 85.000.000 |
| 6 | Biaya Pormosi | 38.350.000 |
| 7 | Biaya Perizinan | 5.000.000 |
| 8 | Biaya Renovasi | 15.220.000 |
|  | **TOTAL** | 342.955.104 |

Sumber: Marketing-IN