

**PENGEMBANGAN BISNIS AKSESORIS GADGET  
“ORIGINARIO”**

**TESIS**



**MUHAMMAD FUAD BILLFAKKAR  
2201021022**


**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINILITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Muhammad Fuad Billfakkar

NIM : 2201021022

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Januari 2025

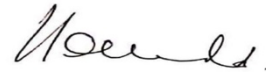
## LEMBAR PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : Muhammad Fuad Billfakkar  
NIM : 2201021022  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tesis : Pengembangan Bisnis Aksesoris Gadget “Originario”

**Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : **Dr. Suwandi, S.E. M.Sc.**



Penguji 1 : **Dr. Agr. Wahyudi David**



Penguji 2 : **Ir. Gunardi Endro, Ph.D.**



Ditetapkan di : **Jakarta**

Tanggal : **20 Januari 2025**

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Manajemen Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) **Dr. Suwandi, S.E. M.Sc.**, selaku dosen pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) **Dr. Agr. Wahyudi David, S.TP, M.Sc.**, selaku dosen penguji, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 3) **Ir. Gunardi Endro, MBA., M.Hum., M. Soc.Sci., Ph.D.**, selaku dosen penguji, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 4) **Arief Bimantoro Suharko., BSEE, M.Sc.Eng, Ph.D.**, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen S2, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu saya dalam penyusunan tesis ini;
- 5) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 6) Rekan-rekan dan teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Januari 2025

Penulis  
Muhammad Fuad Billfakkar

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "*Pengembangan Bisnis Aksesoris Gadget 'Originario'*". Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan di Universitas Bakrie.

Tesis ini membahas tentang strategi pengembangan bisnis *Originario*, sebuah usaha yang bergerak di bidang aksesoris gadget dengan fokus pada inovasi produk, optimalisasi pemasaran, dan efisiensi operasional. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif dan relevan bagi pertumbuhan bisnis dalam menghadapi persaingan yang semakin dinamis di era digital.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis menerima banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Dr. Suwandi, S.E. M.Sc** selaku pembimbing tesis, atas bimbingan, saran, dan dukungan yang sangat berarti selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
2. **Dr. Agr. Wahyudi David, S.TP, M.Sc.**, selaku dosen penguji, atas bimbingan, saran, dan dukungan yang sangat berarti selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
3. **Ir. Gunardi Endro, MBA., M.Hum., M. Soc.Sci., Ph.D.**, selaku dosen penguji, atas bimbingan, saran, dan dukungan yang sangat berarti selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
4. **Arief Bimantoro Suharko., BSEE, M.Sc.Eng, Ph.D.**, atas bimbingan, saran, dan dukungan yang sangat berarti selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
5. Keluarga tercinta, ayah, ibu, kakak, dan adik saya yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral selama proses penyelesaian studi ini.
6. Rekan-rekan dan teman-teman yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam berbagai bentuk.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi praktisi yang ingin mengembangkan bisnis aksesoris gadget.

Demikian, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan dan keberkahan bagi kita semua.

Penulis,  
Muhammad Fuad Billfakkar

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fuad Billfakkar  
NIM : 2201021022  
Program Studi : Magister Management  
Jenis Tesis : Perencanaan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Pengembangan Bisnis Aksesoris *Gadget* Originario**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). **Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Januari 2025

Yang menyatakan



Muhammad Fuad Billfakkar

## ABSTRAK

---

Originario adalah bisnis yang didirikan sejak 2020, memanfaatkan meningkatnya penggunaan internet dan smartphone selama pandemi Covid-19. Bisnis ini menawarkan aksesoris gadget premium dari merek Apple dan Samsung dengan harga yang bervariasi, seperti Samsung Headset EHS61ASFWE (Rp59.000) hingga Apple Power Adapter 35W USB C Dual Port. Meskipun menjanjikan, tantangan utama adalah kurangnya fokus pada promosi dan branding.

Penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi untuk menggali preferensi pengguna terhadap produk Originario. Analisis bisnis dilakukan menggunakan Business Model Canvas (BMC), yang mencakup sembilan elemen penting: Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Revenue Streams, Customer Segments, Key Activities, Cost Structure, Key Resources, dan Key Partnerships. Dengan pendekatan ini, Originario dapat mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi bisnisnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa bahwa bisnis model ini dapat dijalankan berdasarkan hasil NPV bernilai positif dengan nilai NPV  $>0$  yakni Rp. Rp1.094.191.189,35, maka kegiatan investasi usaha ini layak untuk diterima dan dijalankan, dengan tingkat pengembalian bisnis terhadap modal investasi yang ditanamkan yakni IRR sebesar 41%, nilai IRR lebih besar dari *discount* faktor maka usaha ini berpotensi memberi keuntungan dengan jangka waktu pengembalian modal payback periode dalam kurun waktu 0,2598 tahun atau setara dengan 3,12 bulan.

Kata Kunci: Originario, aksesoris gadget, Business Model Canvas, NPV, IRR, investasi, strategi bisnis, payback period, Apple, Samsung.



## ABSTRACT

---

Originario is a business established in 2020, leveraging the increasing use of the internet and smartphones during the Covid-19 pandemic. This business offers premium gadget accessories from Apple and Samsung brands at varying prices, ranging from the Samsung Headset EHS61ASFWE (Rp59,000) to the Apple Power Adapter 35W USB-C Dual Port. Despite its promising potential, the primary challenge lies in the lack of focus on promotion and branding.

This study employs interviews and observations to explore user preferences regarding Originario's products. Business analysis is conducted using the Business Model Canvas (BMC), which consists of nine key elements: Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Revenue Streams, Customer Segments, Key Activities, Cost Structure, Key Resources, and Key Partnerships. Through this approach, Originario can evaluate and optimize its business strategy.

The analysis results indicate that this business model is feasible based on a positive NPV result, with an NPV value of  $>0$ , specifically Rp1,094,191,189.35. This suggests that the business investment is viable and worth pursuing. The internal rate of return (IRR) is 41%, which is higher than the discount factor, indicating the potential for profitability. The investment payback period is 0.2598 years, equivalent to approximately 3.12 months.

**Keywords:** Originario, gadget accessories, Business Model Canvas, NPV, IRR, investment, business strategy, payback period, Apple, Samsung.

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Peluang Besar di Industri Internet dan <i>Smartphone</i> .....	1
1.1.2 Permasalahan dalam Pengembangan Bisnis .....	3
1.1.3 Permasalahan Produk.....	5
1.2 Tujuan.....	8
1.2.1 Tujuan Tugas Akhir .....	8
1.2.2 Tujuan Rencana Bisnis .....	8
1.3 Manfaat.....	8
1.3.1 Bagi Peneliti.....	8
1.3.2 Bagi Universitas Bakrie .....	9
1.3.3 Bagi Pembaca .....	9
BAB II.....	10
DESKRIPSI INDUSTRI, KONSUMEN, PESAING .....	10
2.1 Analisis Industri.....	10
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	13
2.2 Analisis SWOT.....	15
2.3 Analisis Bisnis Model Canvas.....	16
2.4 Analisis Konsumen.....	17
2.5 Analisis Pesaing.....	18
BAB III.....	20
DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK.....	20
3.1 Profil Usaha .....	20

3.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	20
3.1.2 Brand.....	20
3.1.2 Visi dan Misi Usaha.....	22
3.1.3 Struktur Perusahaan .....	23
3.2 Uraian Industri.....	25
3.3 Uraian Produk Yang Dijual .....	26
3.4 Lingkup Rencana Pengembangan Bisnis .....	29
BAB IV .....	32
METODE PENELITIAN.....	32
4.1. Uraian Metode Penelitian .....	32
4.2 Pengumpulan Data.....	33
4.2.1 Survei konsumen.....	33
4.2.2 Observasi Pasar .....	34
4.2.3 Wawancara Dengan Pengguna Aksesoris Gadget .....	35
4.3 Metode Analisis Data .....	37
4.4 Proses Penyusunan Bisnis .....	37
4.4.1 Penyusunan Rencana Bisnis .....	37
4.4.2 Identifikasi Kebutuhan Sumber Daya.....	38
4.4.3 Pengembangan Produk dan Layanan .....	39
4.5 Analisis Kelayakan Bisnis .....	40
4.5.1 Analisis SWOT .....	40
4.5.2 Analisis Risiko .....	40
4.5.3 Proyeksi Keuangan .....	41
4.6 Instrumen.....	42
BAB V .....	43
ANALISIS DATA .....	43
5.1 Analisis Data dan Pasar .....	43
5.2 Analisis Industri.....	46
5.2.1 Analisis Pembeli STP .....	50
5.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	51
5.3 Analisis Legal dan Tim Manajemen.....	52
5.3.1 Analisis Legal .....	52
5.3.2. Kelompok Baku Langan Usaha (KBLI) .....	53
5.4 Analisis SWOT.....	56

5.5 Analisis Bisnis Model Canvas.....	61
5. Customer Segments .....	62
6. Cost Structures .....	62
7. Revenue Streams.....	63
8. Channels.....	63
9. Key Resource .....	63
5.6 Analisis Operasional.....	65
5.5.1 Penerimaan Order .....	65
5.5.2 Pemrosesan order ( <i>order processing</i> ) .....	66
A. Lokasi.....	69
B. Peralatan.....	69
C. <i>Supplier</i> .....	70
D. Proses Operasional.....	70
5.7 Analisis Resiko .....	71
A. Resiko Bisnis .....	71
c. Resiko Bisnis <i>Five Force Model</i> .....	72
BAB VI PENYAJIAN RENCANA BISNIS .....	75
6.1 Gagasan Penyajian Bisnis.....	75
6.2 Rencana Strategi Pemasaran.....	75
6.3 Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia .....	86
6.3.1 Sumber Daya Manusia.....	86
6.4 Kebutuhan Modal dan Proyeksi Keuangan .....	88
6.4.1 Proyeksi Investasi Awal.....	88
6.4.2 Biaya Operasional.....	90
6.4.3 Target Penjualan .....	91
6.4.5 Proyeksi Laporan Perubahan Ekuitas .....	94
6.5 Analisis Kelayakan Bisnis .....	96
BAB VII.....	100
KESIMPULAN .....	100
1. Kelayakan Bisnis Originario .....	100
2. Pemanfaatan Business Model Canvas.....	100
3. Tantangan dan Peluang .....	101
4. Rekomendasi untuk Pengembangan Bisnis .....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2. 1</b> Pesaing Originario .....	19
<b>Tabel 3. 1</b> Daftar produk yang dijual.....	28
<b>Tabel 4. 1</b> Uraian Metode Penelitian.....	32
<b>Tabel 5. 1</b> Hasil Observasi Ulasan Pelanggan pada Toko Produk Sejenis.....	44
<b>Tabel 5. 2</b> Hasil Analisis Matriks dan Pembobotan SWOT .....	58
<b>Tabel 5. 3</b> Business Model Canvas Originario .....	64
<b>Tabel 6. 1</b> Profil Bisnis Originario untuk Kebutuhan Branding.....	76
<b>Tabel 6. 2</b> Perhitungan Investasi Awal Peralatan .....	89
<b>Tabel 6. 3</b> Biaya Operasional .....	90
<b>Tabel 6. 4</b> Target Penjualan.....	91
<b>Tabel 6. 5</b> Proyeksi Keuangan Laba Rugi Originario .....	94
<b>Tabel 6. 6</b> Proyeksi Laporan Perubahan Ekuitas .....	95
<b>Tabel 6. 7</b> Proyeksi Laporan Arus Kas.....	96
<b>Tabel 6. 8</b> Perhitungan Payback Period.....	96
<b>Tabel 6. 9</b> Analisis NPV dan IRR .....	99

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2. 1</b> Ilustrasi 98.3% penetrasi akses pengguna internet di Indonesia dengan smartphone. (Sumber: Reportal Digital Indonesia).....	11
<b>Gambar 2. 2</b> Ilustrasi 62% pengguna internet di Indonesia melakukan transaksi jual beli secara online. (Sumber: Reportal Digital Indonesia) .....	12
<b>Gambar 3. 1</b> Logo Origanario.....	22
<b>Gambar 3. 2</b> Struktur Perusahaan .....	23
<b>Gambar 5. 1</b> Business Model Canvas dari Originario .....	64
<b>Gambar 6. 1</b> Tampilan Akun Instagram Originario.....	81
<b>Gambar 6. 2</b> Tampilan Akun Twitter Originario.....	81
<b>Gambar 6. 3</b> Tampilan Website Originario .....	

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1: HASIL WAWANCARA KONSUMEN .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN 2: HASIL OBSERVASI PASAR.....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN 3: SURVEI KONSUMEN.....</b>	<b>125</b>