

BAB 5

MARKETING PLAN

5.1 Overall Marketing Strategy

5.1.1 Positioning

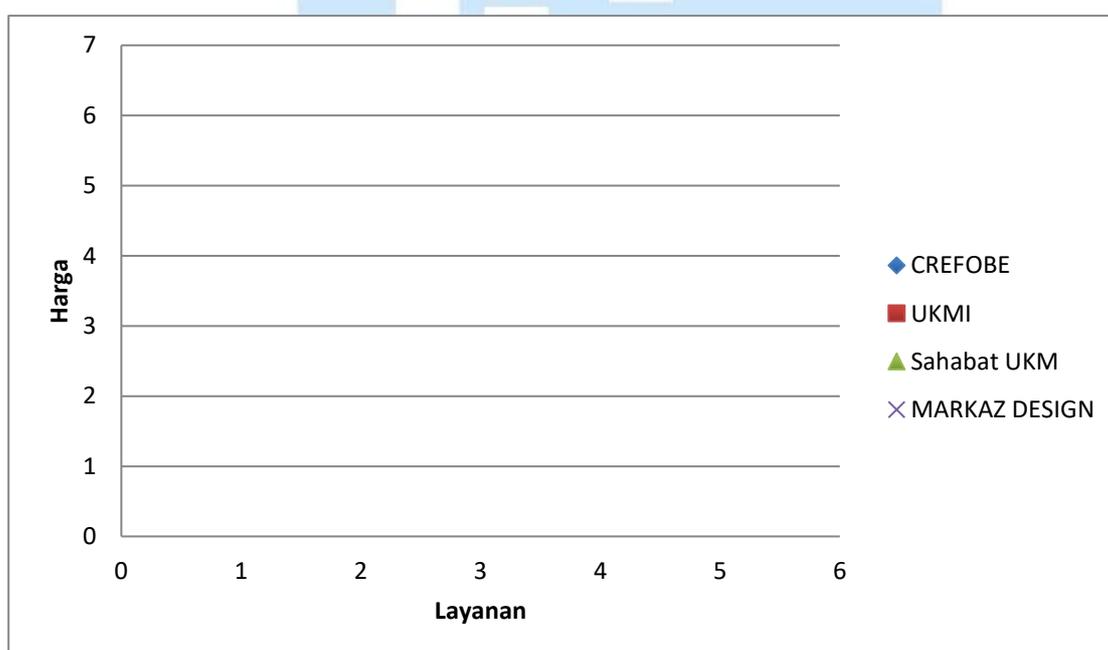
Positioning menurut Kotler dan Keller (2016) merupakan Tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mempengaruhi benak pikiran konsumen. *Positioning* dari CREFOBE ialah menjadi Konsultasi Digital UMKM yang kreatif dan inovatif. UMKM yang kreatif berarti CREFOBE menawarkan konsep – konsep yang kreatif dari setiap layanan yang nanti akan disampaikan ke konsumen, Tim CREFOBE akan berpikir *out of the box* untuk menciptakan ide kreatif sehingga konsumen yang merupakan UMKM mampu unik dan bersaing dari kompetitornya. Kemudian Inovatif artinya CREFOBE berinovasi dalam memberikan layanan ke konsumen melalui aplikasi CREFOBE yang memudahkan konsumen dapat berkonsultasi dengan cepat, lalu ada Website CREFOBE untuk menawarkan layanan CREFOBE. CREFOBE juga akan selalu melakukan inovasi dalam hal layanan yang ditawarkan untuk dapat melayani UMKM serta berinovasi mengikuti perkembangan trend dan teknologi.

5.1.2 Points of Differentiation

Point of differentiation merupakan elemen yang membuat setiap pelaku usaha dapat bertahan dalam kompetisi bisnis dengan cara menonjolkan perbedaan atau keunikan yang dimilikinya sebagai ciri khas dibandingkan dengan pesaingnya dalam industri yang sama (Gunawan, 2015). *Differentiation* yang dimiliki oleh CREFOBE adalah CREFOBE menggunakan platform aplikasi dan website untuk menawarkan layanan jasa CREFOBE seperti Digital Marketing, Marketing Communication, Branding dan Design Mockup, lalu untuk bagian finance meliputi Financial Projection dan juga Financial Analysis (Expenditure & Revenue, Break Even Analysis, Rasio Keuangan). Dengan demikian, konsumen nantinya bisa secara cepat dan efektif untuk berkonsultasi dan bekerja sama dengan CREFOBE.

5.1.3 Product Attribute Map

Dalam kegiatannya CREFOBE memiliki beberapa kompetitor sejenis yang secara bersamaan memiliki keunggulan dan juga kelebihan serta kekurangan didalamnya. Dalam data dibawah dapat disimpulkan dibawah bahwa CREFOBE memiliki harga yang lebih terjangkau dengan layanan yang diberikan mencakup Marketing dan juga Finance. Lalu pada platform yang digunakan CREFOBE sudah baik dalam segi konten dan deign yang digunakan. Berikut Berikut adalah *competitive analysis grid* menggunakan aspek harga dan Layanan produk.



Tabel 5 Competitive Analysis Grid

Sumber: CREFOBE (2021)

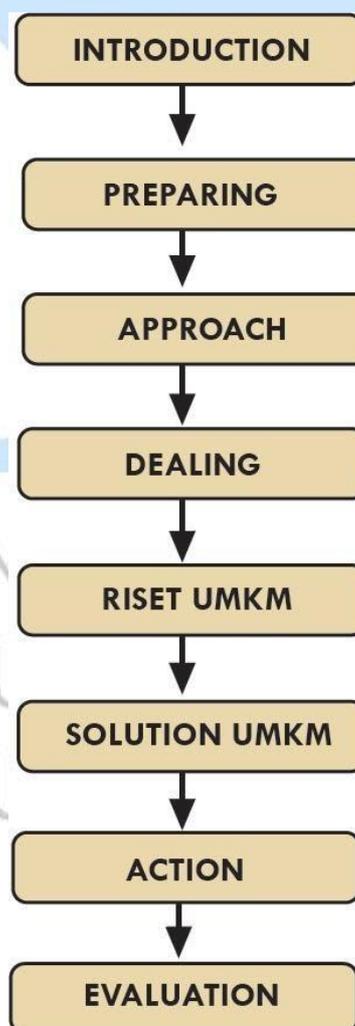
5.1.4 Pricing Strategy

CREFOBE menggunakan Strategi *Relationship Pricing* yaitu penetapan Harga didasarkan pada pertimbangan seluruh jasa yang disediakan untuk pelanggan, dengan kata lain strategi ini fokus memberikan nilai kepada pelanggan. Dalam implementasinya strategi ini merupakan bentuk lanjutan dari strategi *value based pricing*, jadi nantinya pemberi jasa akan memberikan secara langsung keuntungan apa saja yang didapatkan oleh konsumen sehingga rela membayar lebih untuk semua

fasilitas jasa yang diberikan daripada kompetitor lainnya. Dengan demikian, konsumen nanti akan merasakan nilai praktis dan efisien dengan memilih CREFOBE. Kelebihan dari strategi ini ialah dapat mendapatkan loyalitas konsumen karena dengan berfokus pada pelanggan, perusahaan fokus memenuhi semua kebutuhan pelanggan, menyesuaikan dengan selera konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dan nantinya akan loyal dengan CREFOBE. Ketika konsumen menjadi loyal tentunya ia akan melakukan pembelian ulang dan mendukung pertumbuhan perusahaan di masa depan karena mereka merasakan jasa yang disediakan CREFOBE setimpal dengan uang yang mereka bayarkan. Dengan kata lain nilai produk sepadan dengan harga.

5.2 Sales process and Promotions Mix

5.2.1 Sales Process



Gambar 19 Flow Chart Sales Process CREFOBE

Sumber: CREFOBE (2021)

1. Introduction

CREFOBE akan memperkenalkan layanan servis melalui platform sosial media Instagram dan Tiktok dan memperkenalkan aplikasi CREFOBE kepada pengguna Appstore kemudian untuk cara offlinenya CREFOBE akan langsung datang kepada UMKM yang ada di Tangerang untuk memperkenalkan langsung CREFOBE kepada mereka dan apa yang akan difasilitasi oleh CREFOBE kepada UMKM F&B yang ada di Tangerang. CREFOBE juga akan menggunakan *Word of Mouth* (WOM) untuk dapat memperluas pemasaran dari CREFOBE ini kepada UMKM.

2. Preparing

Setelah memperkenalkan layanan CREFOBE secara luas, CREFOBE akan mempersiapkan strategi untuk dapat menarik UMKM menggunakan layanan CREFOBE. CREFOBE akan melakukan analisa target pasar potensial UMKM F&B yang dapat menggunakan layanan CREFOBE serta membuat sebuah penawaran yang menarik kepada UMKM- UMKM F&B yang ada di kota Tangerang, kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang.

3. Approach

Dalam tahap ini CREFOBE akan mendekati UMKM , mencari tahu kebutuhan UMKM kemudian CREFOBE akan menjelaskan produk servisnya secara detail dan spesifik kepada konsumen, CREFOBE juga akan menunjukkan testimoni - testimoni klien yang pernah dihadapi oleh CREFOBE beserta Portofolio yang dimiliki oleh CREFOBE kepada UMKM untuk meningkatkan kredibilitas UMKM terhadap CREFOBE. Tahap ini juga CREFOBE akan memperkenalkan paket - paket layanan kepada klien beserta harga dari paket layanan servis tersebut.

4. Dealing

CREFOBE akan bernegosiasi kepada UMKM terkait paket - paket yang dipilih oleh UMKM dengan menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM tersebut. Negosiasi dapat dalam bentuk harga, layanan servis, benefit servis terhadap UMKM tersebut.

Kedua pihak akan mencari kesepakatan yang paling sesuai untuk kedua pihak.

Sistem Konsultasi Informasi Pengembangan UMKM CREFOBE, Alwin Giovanni, Universitas Multimedia Nusantara

5. Riset UMKM

Setelah proses Deal antar CREFOBE dan klien, CREFOBE akan melakukan riset lebih dalam terkait permasalahan digital yang dihadapi UMKM kemudian CREFOBE akan melakukan brainstorming untuk dapat menangani masalah tersebut serta menggunakan strategi - strategi untuk menjadikan UMKM tersebut berubah menjadi digital.

6. Solution UMKM

CREFOBE akan memberikan solusi disesuaikan layanan servis yang sudah dipilih oleh klien, Solusi ini bersifat kreatif dan inovatif kemudian solusi ini akan meminta persetujuan dari kliennya untuk dapat melakukan strategi yang diinginkan CREFOBE untuk mengubah sebuah UMKM menjadi digital.

7. Action

Jika klien sudah melakukan Approve maka CREFOBE akan langsung mengimplementasikan layanan produknya kepada kliennya, baik itu layanan Branding, Digital Marketing, Penyusunan keuangan dan lainnya sesuai servis yang diinginkan oleh kliennya.

8. Evaluation

Diakhir setelah menerapkan servis produk, CREFOBE akan melakukan evaluasi dari servis yang sudah diberikan kepada UMKM F&B, Apakah sudah efektif atau belum. Tahap ini juga CREFOBE akan berdiskusi dengan klien terkait hasil dari jasa produk CREFOBE, apakah terjadi repeatition atau perubahan layanan servis produknya.

5.2.2 Promotion Mix – 7P Product

CREFOBE sebagai konsultan digital UMKM F&B di Tangerang memiliki beberapa produk dalam bentuk jasa, berikut layanan jasa yang disediakan oleh CREFOBE terdapat Marketing Plan yang terdiri dari Jasa Strategi Marketing, Jasa Digital Marketing, Jasa Marketing Communication, Jasa Branding, Jasa Public Relation, Jasa Desain Mockup. Kemudian untuk keuangan juga CREFOBE menyediakan layanan Finance Plan yang terdiri dari jasa *Financial Projection* dan *Financial Analysis*. Berikut Penjelasan dari masing - masing jasa tersebut :

1. Strategi Marketing

CREFOBE akan membantu UMKM F&B mengimplementasikan Campaign Marketing yang tepat dan kreatif sehingga dapat mengembangkan UMKM tersebut. Tentunya CREFOBE akan melakukan riset dan analisa untuk menentukan Strategi Marketing yang tepat untuk UMKM F&B.

2. Digital Marketing

CREFOBE akan membantu UMKM untuk melakukan pemasaran digital yang meliputi Social Media Marketing , Content Marketing, Influencer Marketing, Search Engine Marketing. Dalam servis ini terdapat social media management, KOL Management, Advertising melalui IG , FB ,dan Google yang membantu UMKM memanfaatkan peluang digital.

3. Marketing Communication

CREFOBE akan membantu penerapan Marketing Communication dari UMKM F&B meliputi Iklan, Public Relation, Event , Sales Promotion dari UMKM tersebut. CREFOBE akan membantu UMKM menentukan objektif yang tepat dari Marketing Communication serta mengimplementasikan strategi Marketing Communication ini , melakukan analisa, hasil, dan evaluasi dari Marketing Commmunication ini.

4. Branding

CREFOBE akan membantu UMKM menentukan logo brand, Packaging brand, Tagline brand, pemilihan warna dari brand, Produk dari brand. CREFOBE akan melakukan inovasi pada branding UMKM F&B ini sehingga mereka dapat menarik perhatian audiens.

5. Design Mockup

CREFOBE juga akan membantu desain - desain tampilan website, aplikasi, konten - konten , flyer,dan poster dari UMKM F&B. Desain ini akan disesuaikan dengan tema dari brand dan colour pallete brand dalam membuat desain brand tersebut.

6. Financial Projection

CREFOBE akan membantu UMKM F&B dalam membuat proyeksi keuangan di masa depan dalam periode bulanan dan tahunan ke depan sehingga UMKM dapat melihat prospek usahanya dan dapat membuat strategi yang tepat untuk mengincar keuntungan/laba.

7. Financial Analysis

CREFOBE juga hadir untuk menganalisis keuangan dari UMKM F&B, CREFOBE akan membantu UMKM untuk menganalisis keuangannya seperti analisis pemasukan dan pengeluaran, rasio keuangan, Break Even Analysis sehingga UMKM F&B mengetahui kondisi keuangan perusahaannya dan dapat mengambil langkah yang tepat.

-Minimum Viable Product (MVP)



Gambar 5.2 Minimum Viable Product CREFOBE

Sumber: CREFOBE (2021)

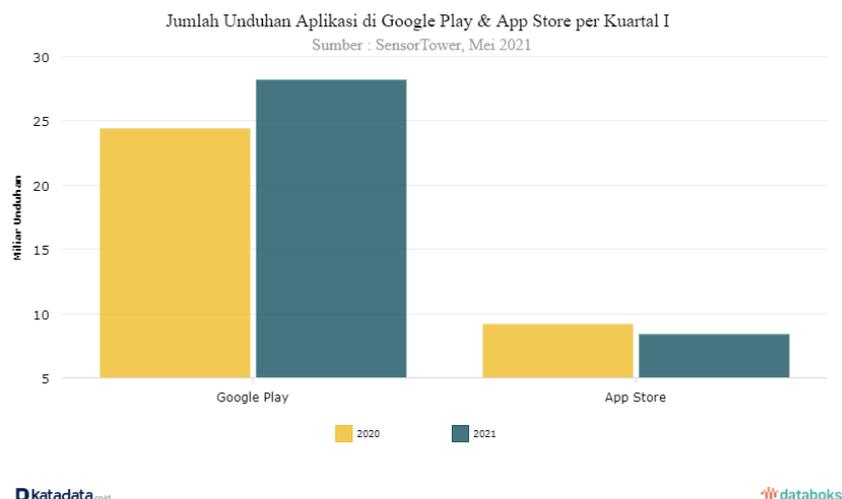
Minimum Viable Product dari CREFOBE ialah CREFOBE menggunakan aplikasi untuk memasarkan produk Marketing Plan dan Financial Plan kepada konsumen CREFOBE. Melalui Aplikasi ini CREFOBE dapat menjangkau konsumen CREFOBE dengan cepat, fleksibel, dan langsung. Konsumen dapat berkomunikasi langsung dengan tim CREFOBE melalui aplikasi dan langsung melakukan pemesanan layanan serta mengikuti kelas - kelas pelatihan di aplikasi CREFOBE. CREFOBE juga fokus membangun hubungan dengan konsumen dalam mendeliverkan layanannya. Hal ini didukung melalui aplikasi CREFOBE, dimana tim CREFOBE dapat berkomunikasi secara real time dengan klien. Aplikasi CREFOBE dapat didownload di AppStore sehingga dapat digunakan oleh semua pelaku UMKM di Indonesia.

Sistem Konsultasi Informasi Pengembangan UMKM CREFOBE, Alwin Giovanni, Universitas Multimedia Nusantara

Place

CREFOBE ini hadir secara online dalam bentuk aplikasi CREFOBE yang tersedia di App Store dan melalui platform sosial media yaitu Instagram dan Tiktok untuk melayani UMKM F&B yang ada di kota Tangerang, kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang.

CREFOBE menggunakan App Store untuk dapat menjangkau konsumen secara luas karena menurut data dari Katadata.co.id mengatakan jumlah unduhan aplikasi global sebanyak 36,6 miliar pada kuartal 1 -2020, dimana jumlah ini meningkat 8,7% dibandingkan tahun 2020. Jumlah pengguna Google Play menjadi 28,2 miliar pada bulan pertama tahun ini dan jumlah unduhan di Appstore menjadi 8,4 miliar unduhan. Dari pernyataan di atas kita mengetahui pengguna appstore yang sangat banyak menjadi alasan CREFOBE memasarkan aplikasinya dalam Appstore. CREFOBE memiliki peluang untuk dapat menjangkau klien CREFOBE secara luas yang ada di wilayah Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Selain itu CREFOBE dapat menargetkan pemilik UMKM lebih luas dari kompetitor CREFOBE seperti Markaz Design dan Sahabat UMKM. Hal ini menjadi keunggulan bersaing CREFOBE yang memiliki peluang pasar lebih luas.



Gambar 20 Jumlah Unduhan Aplikasi Playstore

Sumber: Katadata.com (2021)

Selain itu juga memasarkan aplikasi CREFOBE di Appstore merupakan sebuah aset investasi digital, dimana aplikasi yang diunduh di Appstore menjadi sebuah investasi di masa yang akan datang dengan fungsi dan kegunaan yang dibutuhkan oleh Sistem Konsultasi Informasi Pengembangan UMKM CREFOBE, Alwin Giovanni, Universitas Multimedia Nusantara

konsumen atau pengguna android. Untuk dapat berinvestasi CREFOBE akan mempersiapkan aplikasi konsultan fokus untuk pemilik UMKM - UMKM dan bekerja sama dengan pembuat aplikasi untuk mempersiapkan aplikasi di Appstore. Selain investasi karena pengguna yang sangat banyak di Appstore menjadikan aplikasi ini mempunyai nilai pengunduhan yang tinggi sehingga nilai aset CREFOBE pun akan terjamin sehingga Appstore tempat yang baik untuk menanamkan aset dan modal dari pemilik aplikasi ini. Hal ini menjadikan keunggulan CREFOBE dimana CREFOBE dapat meningkatkan nilai asetnya dari UMKM Indonesia, Sahabat UMKM, dan Markaz Design di masa yang akan datang nantinya. Brand dari CREFOBE akan memiliki nilai brand yang tinggi melalui penggunaan appstore ini dari kompetitor CREFOBE.

Appstore juga sangat mudah digunakan dan proses pengunduhan yang sangat cepat sehingga memudahkan pengguna Appstore memiliki suatu aplikasi dengan cepat. Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan Appstore menjadi alasan CREFOBE menggunakan Appstore sehingga klien - klien CREFOBE dapat memiliki aplikasi CREFOBE dengan cepat dan berkonsultasi secara langsung dengan konsultan CREFOBE, inilah menjadi keunggulan CREFOBE dari kompetitor yang memiliki aplikasi yang cepat untuk diunduh dan proses yang cepat untuk menggunakan aplikasi CREFOBE ini.

Price

CREFOBE menyediakan 7 Servis layanan dengan 2 bidang yaitu Marketing dan Finance, untuk harga dari setiap paket jasa dari CREFOBE :

1.Strategi Marketing

Harga

Rp 2.000.000 - Rp 6.000.000

disesuaikan dengan kebutuhan UMKM

dan kondisi UMKM

*Harga dapat berubah sewaktu - waktu

2.Digital Marketing

-Social Media Management

Rp 1.000.000/ bulan

(20 Konten)

-KOL Management Rp 1.000.000/bulan

(10 Micro Influencer/bulan)

3. Marketing Communication

-Event :

Mini Event Rp 5.000.000

Big Event Rp 15.000.000

Biggest Event Rp 50.000.000

*Harga dapat berubah sewaktu - waktu dan disesuaikan
kebutuhan UMKM

-Public Relation Rp 1.000.000/bulan

(6-7 Artikel)

-Advertising Rp -

(Tentativ disesuaikan Objektif dari UMKM)

4. Branding

-Paket 1 set all-in (Logo, Message, Packaging, Desain) Rp 3.000.000

-Paket Desain Logo dan Packaging Rp 1.000.000

-Paket Konsultasi Brand Rp 500.000

5. Desain Mockup

-Paket Desain Konten Rp 600.000 (15 konten)

-Paket Desain Mockup Aplikasi Rp 1.000.000 (1 Aplikasi)

-Paket Desain Packaging Rp 500.000

-Paket Desain Logo Rp 500.000

6. Financial Projection

-Paket Proyeksi Jangka Pendek (1 Tahun) Rp 1.000.000

- Paket Proyeksi Jangka Menengah (3 Tahun) Rp 1.800.000
- Paket Proyeksi Jangka Panjang (5 Tahun) Rp 2.500.000

7. Pembuatan Laporan Keuangan (Neraca dan Laba/Rugi)

- Tanpa Konsultasi Rp 500.000
- Dengan Konsultasi Rp 1.000.000

8. Analisis Laporan Keuangan Rp 800.000

Promotion

CREFOBE akan melakukan promosi layanan servisnya melalui platform Sosial media Instagram dan Tiktok, Kemudian juga memanfaatkan Instagram Advertising untuk menarik UMKM. CREFOBE juga memanfaatkan Google Advertising untuk mempromosikan aplikasi CREFOBE kepada UMKM. Bentuk promosi lainnya yang CREFOBE lakukan ialah membuat promo - promo menarik seperti Paket *Bundling All Service (Marketing dan Financial Plan)* kepada UMKM yang baru berdiri.

CREFOBE juga memberikan diskon spesial di hari - hari besar seperti Natal dan Tahun baru, CREFOBE akan memberikan diskon 20% untuk setiap layanan servis yang diberikan. Promosi lainnya yang CREFOBE lakukan ialah menggunakan Press Release dengan bekerja sama dengan media - media lain untuk membuat artikel tentang CREFOBE dengan tujuan memperkenalkan dan mengedukasi tentang CREFOBE. CREFOBE juga bekerja sama dengan media- media UMKM, komunitas UMKM di media sosial untuk memposting konten tentang CREFOBE sehingga dapat menjangkau UMKM di Tangerang.

Physical Evidence

Bentuk Fisik yang CREFOBE berikan kepada konsumen ialah pelayanan Customer Service kepada UMKM secara online dan offline, kemudian CREFOBE juga dapat melakukan Campaign Marketing Communication yaitu melaksanakan Event secara offline dan online untuk mengembangkan UMKM. Lalu ada juga kwitansi - Sistem Konsultasi Informasi Pengembangan UMKM CREFOBE, Alwin Giovanni, Universitas

kwitansi yang CREFOBE berikan atas layanan servis yang dipilih UMKM beserta kartu ucapan dari CREFOBE terhadap UMKM tersebut. Jika UMKM tersebut menginginkan desain mockup dalam bentuk hardcopy maka CREFOBE akan memfasilitasi hal tersebut juga.

People

People disini ialah Tim CREFOBE yang terdiri dari Komisaris (Rayhan Syahputra), Direksi yaitu Alwin Giovanni, Chief Marketing Officer (CMO) yaitu Ula Fitria, Chief Finance Officer (CFO) yaitu Jonathan Wunarso, dan Chief Operating Officer (COO) yaitu Dita Istiana. Tim ini juga dibantu oleh staff -staff dari masing - masing divisi seperti ada Marketing Staff, Finance Staff, Operating staff untuk menyelesaikan tugas divisi masing - masing. Setiap divisi juga akan saling bekerja sama satu sama lain dan berkolaborasi untuk memberikan kualitas servis yang terbaik kepada klien yaitu UMKM di kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan ,dan Kabupaten Tangerang.

Process

Proses dalam konsumen menggunakan layanan dari CREFOBE ialah :

1. Mengetahui Layanan CREFOBE

Konsumen akan mengetahui CREFOBE melalui Aplikasi CREFOBE di Appstore dan Sosial media CREFOBE serta Campaign CREFOBE seperti iklan - iklan di media sosial , Key Opinion Leader untuk menarik UMKM

2. Mendownload Website CREFOBE

UMKM yang tertarik pada layanan CREFOBE akan mendownload aplikasi CREFOBE di Appstore untuk mencari tahu lebih detail dan spesifik serta UMKM yang ingin menggunakan layanan CREFOBE akan mendownload aplikasi CREFOBE.

3. Pengisian Identitas Konsumen

Setiap UMKM akan mengisi profil UMKM nya di aplikasi CREFOBE , identitas usaha serta produk dan jasa yang mereka tawarkan di aplikasi CREFOBE.

4. Memilih layanan CREFOBE

UMKM dapat langsung memilih layanan CREFOBE yang terdiri dari Marketing dan Financial Plan, layanan ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan UMKM yang ingin mengembangkan usahanya menjadi digital.

5. Mengisi Permasalahan dan Pertanyaan CREFOBE

UMKM akan ditanyakan terkait permasalahan UMKM dan pertanyaan dari CREFOBE. Di tahap ini CREFOBE akan menganalisa UMKM yang akan difasilitasi oleh CREFOBE.

6. Proses Pembayaran

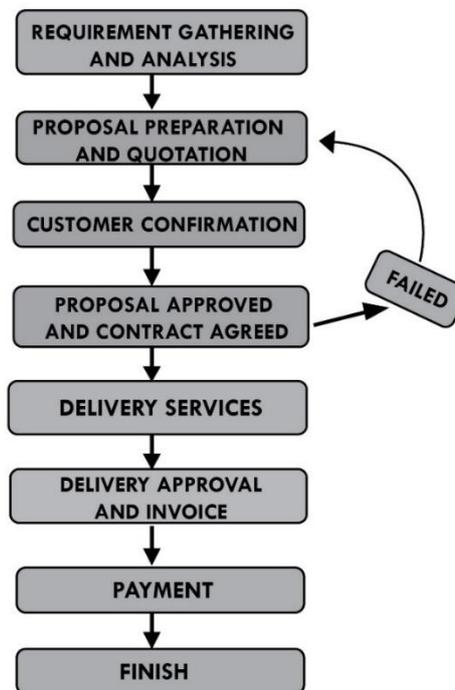
UMKM akan diarahkan ke tampilan pembayaran dan harus melunasi pembayaran sesuai dengan layanan yang ia pilih.

7. Layanan Servis

Sesudah pembayaran pihak CREFOBE akan menghubungi UMKM dan akan membantu UMKM tersebut sesuai dengan layanan servis yang sudah di pesan oleh UMKM tersebut. CREFOBE akan memfasilitasi UMKM dengan kualitas terbaik untuk mengembangkan UMKM tersebut.

5.3 Distribution and Sales

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 21 Flow Chart and Distribution CREFOBE

Sumber: CREFOBE (2021)

1. Requirement Gathering and Analysis

Di tahap ini tim Sales CREFOBE akan melakukan pertemuan dengan pelaku UMKM F&B melakukan Personal Selling, Tim Sales juga akan melakukan sales promotion untuk menarik klien – klien UMKM F&B serta di tahap ini tim CREFOBE akan menganalisis langsung permasalahan yang dihadapi oleh UMKM F&B di wilayah Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan kemudian tim CREFOBE akan mencari penyelesaian masalah tersebut.

2. Proposal Preparation and Quotation

Tahap ini CREFOBE akan mempersiapkan proposal yang merupakan ide kreatif dalam bentuk layanan CREFOBE yaitu Marketing Plan dan Financial Plan setelah melakukan Analisa permasalahan UMKM tadi. Pihak CREFOBE juga akan memberikan Quotation kepada UMKM F&B untuk memberikan penawaran terhadap kliennya atas kesepakatan layanan yang dipilihnya.

3. Customer Confirmation

Pada tahap ini klien CREFOBE akan menerima proposal dari CREFOBE dan klien juga akan menerima Quotation dari CREFOBE. Klien CREFOBE akan mengonfirmasi proposal ini dan melakukan pertimbangan atas penawaran yang diberikan oleh tim CREFOBE.

4.Proposal Approved and Contract Agreed

Di tahap ini Klien CREFOBE setelah melakukan konfirmasi atas penawaran yang diberikan CREFOBE beserta proposal CREFOBE, klien akan merespon dengan memberikan jawaban ia setuju dengan layanan yang ditawarkan CREFOBE atau ia menolak layanan yang ditawarkan CREFOBE. Jika klien CREFOBE setuju maka akan dibuat kontrak perjanjian antara CREFOBE dan klien CREFOBE untuk dapat dilaksanakan. Jika Klien CREFOBE menolak maka tim CREFOBE akan mempersiapkan proposal dan penawaran yang lebih menarik lagi dan disesuaikan dengan keinginan kliennya tadi.

5.Delivery Service

Setelah klien CREFOBE Menyetujui penawaran dan melakukan kontrak dengan CREFOBE maka CREFOBE akan mengimplementasikan proposal tersebut yang mencakup layanan CREFOBE pada kliennya yang disesuaikan dengan Quotation tadi.

6.Delivery Approval and Invoice

Kemudian pihak CREFOBE akan meminta persetujuan untuk mengimplementasikan layanan CREFOBE kepada kliennya sesuai dengan proposal yang ditawarkan CREFOBE. Pihak CREFOBE juga akan memberikan Invoice atas layanan yang digunakan oleh klien CREFOBE sesuai proposal dan penawaran di awal tadi.

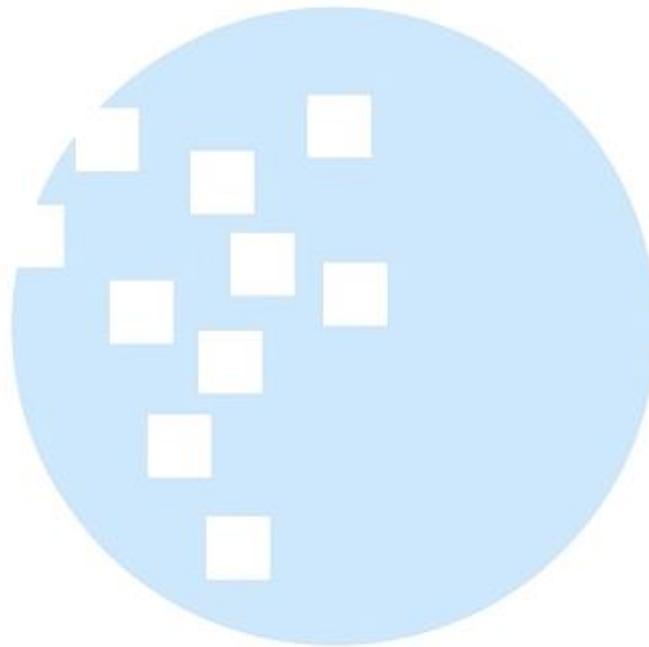
7.Payment

Setelah invoice diberikan kepada klien CREFOBE, klien CREFOBE akan melakukan pembayaran sesuai invoice yang diberikan. Pembayaran dilakukan secara langsung kepada tim CREFOBE.

8.Finish

Setelah proses pembayaran selesai maka proses pendistribusian layanan jasa ke klien

CREFOBE selesai di tahap ini. Tim CREFOBE akan selalu melakukan Follow up kepada kliennya untuk dapat memilih layanan terbaru serta mengulangi proses pendistribusian layanan jasa ini.



UMN

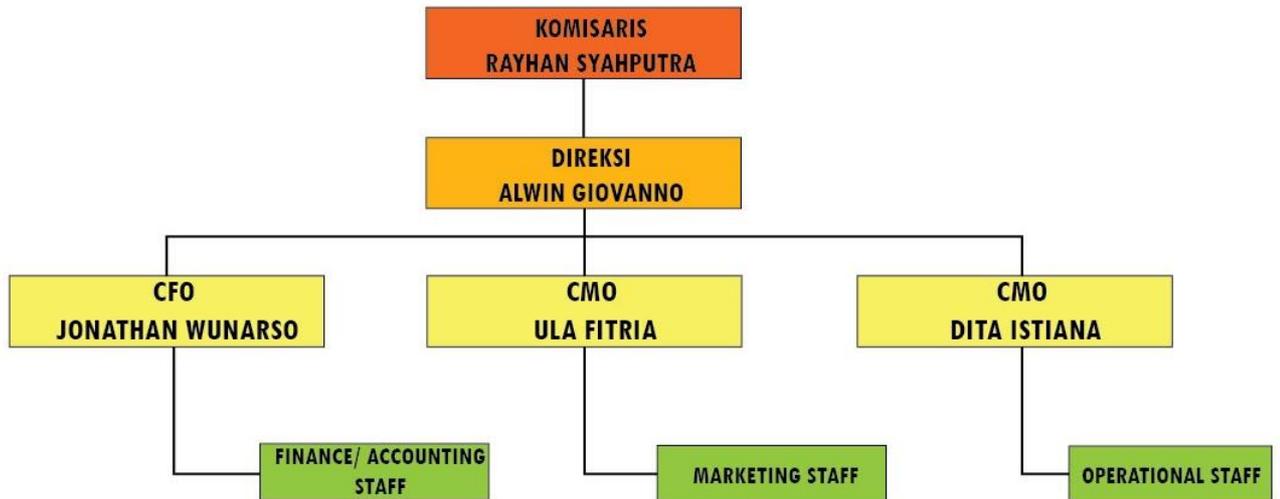
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB 6

Our Team & Organization

6.1 Management Team

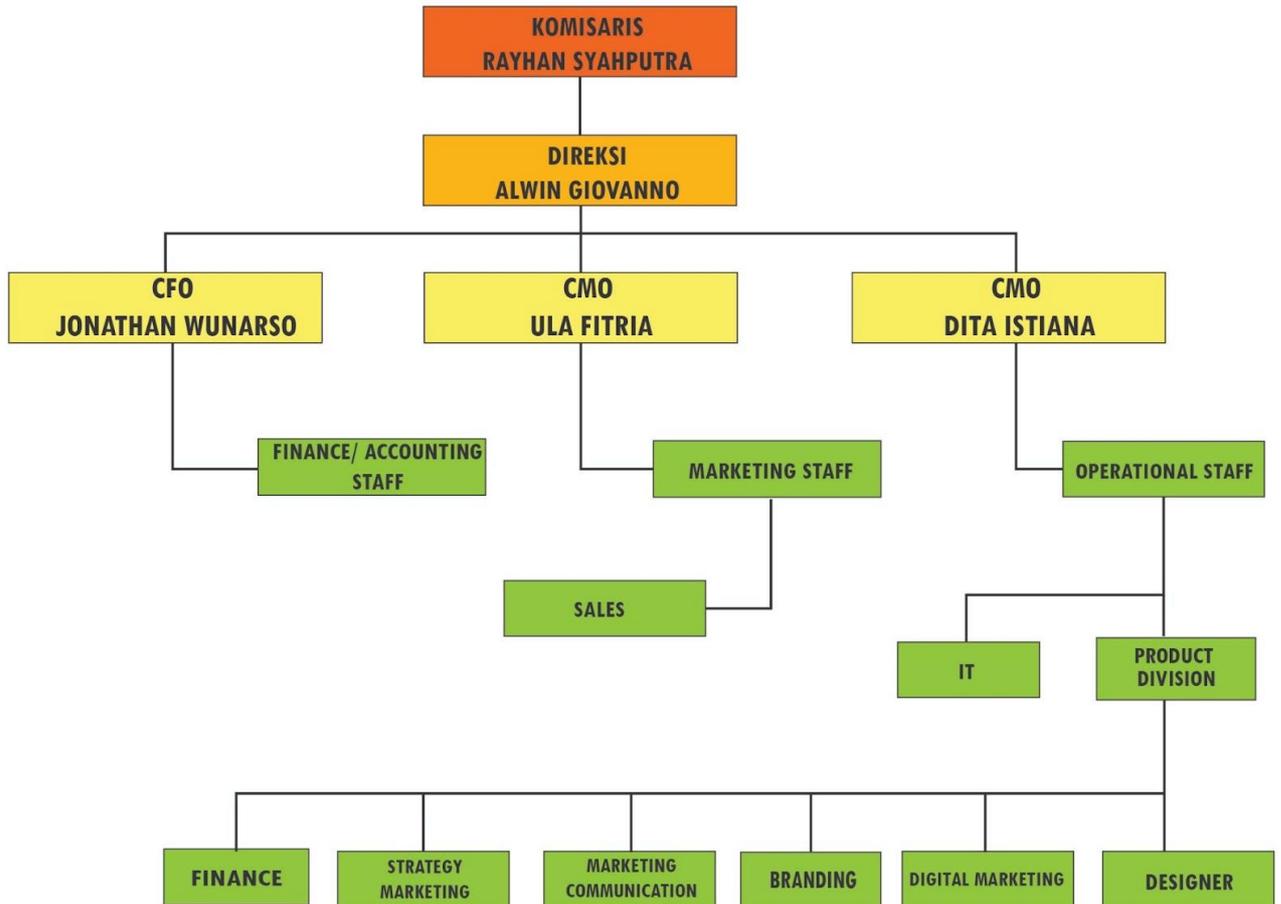
6.1.1 Organizational Structure



Gambar 22 Struktur Perusahaan Awal Tahun

Sumber: CREFOBE (2021)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 23 Struktur Perusahaan CREFOBE Tahun kedua

Sumber: CREFOBE (2021)

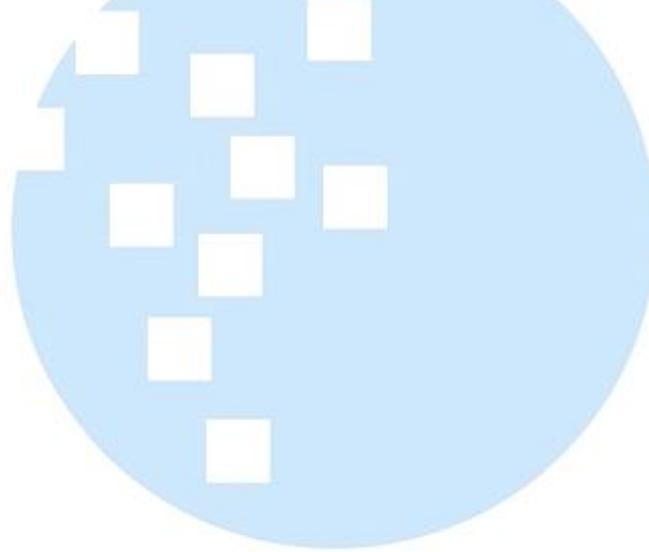
6.1.2 Job Description

Komisaris
<ul style="list-style-type: none"> • Mengawasi tugas Direksi dalam mengelola perusahaan secara keseluruhan • Memberi masukan dan saran kepada Direksi dalam menjalankan perusahaan • Mengambil keputusan terkait kebijakan perusahaan
Direksi

<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan perusahaan berjalan baik dan lancar • Menetapkan visi misi, strategi serta tujuan perusahaan dalam jangka waktu pendek, menengah dan panjang serta membuat strategi positioning perusahaan. • Mengawasi dan berkoordinasi dengan CMO, CFO, dan COO
Chief Marketing Officer (CMO)
<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun strategi marketing badan usaha. • Membuat rencana dan laporan aktivitas promosi bulanan dan tahunan. • Melakukan aktivitas marketing secara optimal • Melakukan analisis pasar dan strategi pemasaran yang telah dijalankan. • Mengawasi dan mengontrol kinerja dari Marketing Staff
Chief Finance Officer (CFO)
<ul style="list-style-type: none"> • Bertugas mengontrol keluar masuknya kas perusahaan • Membuat laporan keuangan bulanan dan tahunan • Melakukan proyeksi keuangan perusahaan • Mengawasi dan mengontrol kinerja dari Finance/Accounting Staff
Chief Operating Officer (COO)
<ul style="list-style-type: none"> • Mengontrol keseluruhan proses operasional CREFOBE • Menyusun SOP operasional • Membuat dan mengontrol proses pengembangan produk dan jasa. • Mengawasi dan mengontrol kinerja dari Operational Staff
Finance/Accounting Staff
<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat pemasukan dan pengeluaran harian • Mengeluarkan invoice harian <p>Membantu CFO dalam membuat laporan keuangan bulanan dan tahunan</p>
Marketing Staff
<ul style="list-style-type: none"> • Membuat laporan penjualan setiap bulan. • Mengatur semua permasalahan yang berhubungan dengan penjualan,

<p>misalnya after sales-service</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi admin untuk internet marketing
<p>Operational Staff</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Membantu COO dalam mengembangkan aplikasi

Tabel 6 Job Description



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

6.2 Company Goals & Objective

<u>Mission Statement</u>	
CREFOBE adalah perusahaan berbasis teknologi yang menyediakan jasa konsultasi kepada UMKM yang berlokasi di Tangerang. Misi kita adalah menjadi yang terdepan dalam meningkatkan kualitas dan mendigitalisasi UMKM di Indonesia.	
<u>Goals</u> Meningkatkan kualitas karyawan	<u>Goals</u> Meningkatkan kualitas produk dan jasa
<u>Objective</u> 1. Memberikan pelatihan rutin kepada karyawan (sebulan 2 kali) 2. Melakukan sertifikasi untuk semua karyawan.	<u>Objective</u> 1. Mengedepankan input konsumen dalam pengembangan produk 2. Membuat aplikasi yang mudah digunakan UMKM

Tabel 7 Company Goals and Objective

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA