



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 9 Implementasi strategi

9.1 Milestones (Keys to Success)

Dalam menjalankan strategi perusahaan, CREFOBE menjalankan 2 rencana yaitu secara jangka panjang dan jangka pendek dimana terbagi atas 4 area yaitu *sales & marketing*, *product*, *finansial*, dan *team*. Pada tahun Q1-2022 akan berfokus pada pengenalan CREFOBE dengan melakukan launching media sosial yang dimiliki yaitu Instagram dan Tik Tok, website dan aplikasi. Pada Q2-2022 hingga Q4-2022 akan berfokus dalam melakukan marketing brand CREFOBE dan direncanakan akan mencapai *Break Even Point* pada Q2-2022.

Year	Q1	Q2	Q3	Q4
	Instagram Ads & TikTok Ads			
Sales & Marketing	Promosi Google Ads			
	CREFOBE Tribe	Press Release		Influencer
Product	Launching Website			
	Launching Aplikasi			
	Launching Instagram dan Tiktok			
Financial	Break Even Point			
	Omzet 1,4 milyar			

Tabel 8 Short Term Milestones

Sumber: CREFOBE (2021)

Year	2022	2023	2024	2025	2026
Sales & Marketing	Promosi Tiktok & Instagram	Press Release ke 10 Media Online	Target Google Ads Click 10.000 click	Press Release ke 30 Media Online & Offline	
	Promosi Google Ads	Kerja sama dengan 15 KOL	Kerja sama dengan 30 KOL		Kerja sama dengan 50 KOL
	Launching CREFOBE Tribe		Kunjungan ke 20 Komunitas UMKM		
Product	Launching Website	Target 1000 user aplikasi	Target 5000 user aplikasi	Target 15.000 user aplikasi	Target 50.000 user aplikasi
	Launching Aplikasi				
	Launching Instagram & Tiktok				
Financial	Break Even Point	Omzet 2 milyar	Omzet 3.5 milyar	Omzet 7 milyar	Omzet 17 milyar
	Omzet 1,4 milyar		Payback ke Investor		IRR mencapai 58%
Team		Ekspansi Tim hingga 30 orang	Ekspansi Tim hingga 100 orang	Ekspansi Tim hingga 500 orang	Ekspansi Tim hingga 1300 orang

Tabel 9 Long Term Milestones

Sumber: CREFOBE (2021)

Strategi Tumbuh CRFEFOBE

Strategi Growth Sales CREFOBE (Ansoff Matrix)

Ansoff Matrix menjelaskan tentang cara bagaimana suatu bisnis bisa bertumbuh dan berkembang dan menentukan strategi yang tepat dalam menjalankannya. Ansoff Matrix terbagi atas 4 bagian, yaitu market penetration, market development, product development, dan diversification. Melihat weakness dari CREFOBE, yaitu pasarnya yang masih kecil yaitu Tangerang Raya dan adanya keterbatasan tenaga kerja membuat strategi market development menjadi strategi yang bagus untuk diterapkan untuk mengembangkan bisnis CREFOBE.

Market Development CREFOBE akan mengembangkan pasar baru dengan menggunakan layanan Marketing dan Financial Plan, dimana CREFOBE akan menargetkan UMKM F&B di wilayah Jabodetabek di tahun ketiga (2024). Melalui pasar baru ini CREFOBE memiliki peluang besar untuk dapat meningkatkan penjualannya. Hal ini didukung dari data Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta memaparkan terdapat 1.100.000 UMKM di wilayah DKI Jakarta. Tentunya jumlah

UMKM yang sangat banyak di DKI Jakarta ini menjadi peluang besar bagi CREFOBE. Ditambah lagi, pemerintah terus mendorong UMKM untuk bisa *go digital*, sehingga kehadiran CREFOBE juga menjadi salah satu solusi bagi UMKM dan pemerintah dalam mewujudkan program UMKM *go digital*.



Gambar 42 Ansoff Matrix

Sumber: Dawes, John (2018)

9.2 Customer Acquisition

No	Stage	Strategy
1	Awareness	<ol style="list-style-type: none"> Promosi di TikTok & Instagram menggunakan akun CREFOBE Google Ads untuk promosi aplikasi CREFOBE
2	Interest	<ol style="list-style-type: none"> Press Release di media-media digital

3	Consideration	1. Mempromosikan tentang free konsultasi terbatas bagi UMKM
4	Intent	1. Memberikan promo-promo menarik mendekati hari-hari besar
		2. Bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan jasa CREFOBE
5	Evaluation	1. Memberikan promosi seperti paket bundling All Servis khusus bagi UMKM baru
6	Purchase	1. Bergabung menjadi anggota CREFOBE Tribe agar mereka mampu mendapatkan informasi mengenai UMKM dan berkenalan dengan UMKM lainnya

Tabel 10 Customer Acquisition

Sumber: CREFOBE (2021)

9.3 Marketing Timeline

Strategi	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
Riset Pasar												
Launching Instagram & Tiktok												
Launching Aplikasi												
Launching Website												
Instagram Ads & Tiktok Ads												
Google Ads												
Press Release												
Launching CREFOBE Tribe												
Influencer												

Pada Q1-2021, CREFOBE berfokus untuk melakukan inisiasi awal dimana melakukan riset pasar dan pada bulan Februari dan Maret melakukan launching Instagram, Tiktok, webiste, aplikasi dan CREFOBE Tribe. Inisiasi awal bertujuan untuk memperkenalkan sosial media dan produk dari CREFOBE sehingga UMKM bisa mengenal dan mencoba produk dari CREFOBE dan memberikan feedback melalui CREFOBE Tribe. Pada Q2-Q4 berfokus untuk promosi CREFOBE melalui Instagram Ads & TikTok Ads dan Google Ads. Press Release dan Influencer akan digunakan pada saat mendekati Ramadhan dan mendekati Natal dan Tahun Baru.

9.4 Key Performance Indicator

Key Perfomance Indikator		
Instagram Ads	Tiktok Ads	Google Ads
Follower Growth Rate: 5% setiap bulan (followers baru dalam 1 bulan dibagi followers awal bulan)	Engagement rate: 3% setiap bulan (Total like, comments, dan shares dibagi total post yang dipublikasi)	Click Through Rate: 7% per bulan (total impressions dibagi total klik)
Engagement Rate: 5% setiap bulan (Total like, comment, dan saves dibagi total followers)	Followers's Growth Rate: 5% setiap bulan (followers baru dalam 1 bulan dibagi followers awal bulan)	Quality Score: Score 8
Reach Growth: Rata-rata 500-1000 reach per campaingn (kenaikan 10% setiap campaign)	Video Views: Rata-rata 10.000-20.000 views per video (naik setiap bulan sebesar 10%)	Conversion Rate: 7% per bulan (Total konversi dibagi total klik)

Key Performance Indikator	
Press Release	Influencer
Social Engagement (Instagram & Tiktok): 10% per press release	Engagement Rate: 7% setiap influencer (Total like, comment, dan saves dibagi total followers)
Press Coverage: Dominan Jabodetabek	Click Through Rate: 6% setiap influencer (total impressions dibagi

	total klik)
Call to Action Effectiveness: 10% per press release (Total views dibagi total klik)	Audience Growth: 7% setiap influencers (followers baru dalam 1 bulan dibagi followers awal bulan)

9.5 Contingency Plan

Contingency plan adalah strategi yang diterapkan organisasi apabila terjadi suatu kejadian yang krusial yang membuat rencana awal menjadi gagal. Pembuatan contingency plan didasarkan pada risiko bisnis yang bisa terjadi dan seberapa besar kejadian tersebut terjadi. Berikut adalah risiko bisnis yang bisa terjadi di CREFOBE dan contingency plan yang akan dilakukan.

Risiko	Contingency Plan
Sales yang tidak sesuai target	Mengalokasikan anggaran pos lain ke pos marketing untuk meng- <i>generate</i> sales yang lebih banyak.
Promosi yang tidak sesuai KPI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk Instagram, Tiktok, dan Google Ads harus melakukan targeting ulang audiens atau menggunakan KPI lain yang lebih memrepresentasikan pencapaian suatu campaign 2. Untuk Press Release, harus mencari media digital yang bisa menjangkau UMKM lebih spesifik. Apabila masih tidak bisa tercapai, bisa mengalokasikannya kepada pos promosi lainnya. 3. Untuk Influencer, mengganti influencer yang lebih memiliki engagement rate lebih tinggi dan bisa merepresentasikan UMKM.
Total unduhan dibawah ekspektasi	Mengalokasikan anggaran pos lain ke pos marketing untuk meningkatkan <i>install rate</i> yang lebih tinggi.
Tenaga kerja internal overwork untuk mengerjakan proyek	Memperbesar porsi pengerjaan dari pihak outsourcing dengan menekan sharing profit hingga 55% untuk outsourcing.

9.6 Marketing Budget

Tahun 1			
Item	Budget		Presentase
Instagram Ads	Rp	5.000.000	12,50%
Tiktok Ads	Rp	10.000.000	25,00%
Google Ads	Rp	5.000.000	12,50%
Influencer	Rp	15.000.000	37,50%
Press Release	Rp	5.000.000	12,50%
Total	Rp	40.000.000	100,00%

Tabel 11 Marketing Budget Tahun 1

Sumber: CREFOBE (2021)

Tahun 2			
Item	Budget		Presentase
Instagram Ads	Rp	10.000.000	16,67%
Tiktok Ads	Rp	12.000.000	20,00%
Google Ads	Rp	10.000.000	16,67%
Influencer	Rp	20.000.000	33,33%
Press Release	Rp	8.000.000	13,33%
Total	Rp	60.000.000	100,00%

Tabel 12 Marketing Budget Tahun 2

Sumber: CREFOBE (2021)

9.7 Pricing Strategy and Revenue Model

9.7.1 Pricing Strategy

Pricing strategy yang digunakan adalah:

1. Subscription Pricing

Untuk jasa *social media management*, *KOL management*, dan pembuatan laporan keuangan, CREFOBE akan menggunakan subscription pricing berupa flat price pada tahun 1-2 dan akan mengubahnya menjadi tiered price pada tahun 3. Kami menggunakan subscription pricing untuk beberapa jasa kami agar UMKM

terdapat keterikatan pada CREFOBE dimana mereka perlu membayarkan jasa tersebut setiap bulannya selama mereka masih ingin menggunakannya. Dengan pricing seperti ini, CREFOBE bisa tetap mendapatkan keuntungan setiap bulannya tanpa harus mencari klien baru lagi dan bisa mempertahankan loyalitas klien. Melihat dari terbatasnya kompetitor yang bisa menyediakan layanan yang beragam, menjadikan strategi pricing ini cocok untuk memperkuat loyalitas konsumen.

2. Project Based Pricing

Untuk jasa lainnya yang ditawarkan oleh CREFOBE, kami menggunakan project based dimana harga yang ditawarkan akan disesuaikan dengan jumlah jasa yang ingin diambil dalam 1 proyek. Dalam satu proyek, bisa terdapat berbagai jenis jasa yang diambil berdasarkan kebutuhan dari UMKM tersebut. Bentuk pricing ini sangat membantu UMKM yang ingin mencoba jasa dari CREFOBE yang dimana bisa dijangkau dengan harga yang lebih murah apabila digabungkan jasa lainnya yang dibutuhkan. Fleksibilitas yang ditawarkan membuat UMKM bisa mengambil jasa sesuai dengan momen yang mereka inginkan, misalnya ingin membuat advertising pada saat hari-hari besar saja, seperti Ramadhan, Natal, atau Imlek sehingga mereka bisa memaksimalkan budget yang mereka inginkan.

9.7.2 Revenue Model

CREFOBE berfokus pada penjualan berupa jasa konsultasi UMKM, sehingga revenue model yang cocok digunakan adalah tipe *project revenue*. *Project revenue* adalah revenue model yang mendapatkan keuntungan melalui setiap proyek yang diterima berdasarkan permintaan klien.

Setiap proyek yang diterima oleh CREFOBE mengatasnamakan 1 nama UMKM sehingga mereka bisa mengambil berbagai jenis layanan sesuai dengan yang mereka inginkan.

Keunggulan dari *project revenue* adalah revenue yang bisa didapatkan setiap proyek bisa besar karena cost yang dikeluarkan kecil karena hanya membayar komisi sales sebesar 50% dari total fee proyek. Lalu, bisa menerima banyak proyek sehingga bisa mendapatkan revenue yang lebih cepat. Akan tetapi, kekurangannya adalah keterikatan CREFOBE dengan UMKM terputus ketika proyeknya selesai sehingga tidak ada sustainability dalam revenue model ini.

Maka dari itu, CREFOBE juga menggunakan revenue model berupa *subscription* model flat rate untuk beberapa jenis jasa. Sehingga penggunaan jasa ini akan dibayarkan oleh UMKM setiap bulannya agar mereka bisa menikmati jasa tersebut.

Penggunaan revenue model ini cocok untuk produk yang digunakan sehari-hari oleh UMKM sehingga UMKM merasakan keterikatan dengan CREFOBE dan CREFOBE bisa mendapatkan sumber revenue yang berulang kali hanya dari satu jenis produk saja. Direncanakan juga pada tahun ketiga, subscription model akan diubah menjadi Tiered Based sehingga pilihan UMKM lebih beragam dan bisa menyesuaikan kebutuhan dan budget yang dimiliki.

Project Revenue	
Strategi Marketing	Design Mockup Aplikasi
Mini Event	Design Logo
Advertising	Design Packaging
Public Relation	Proyeksi Finansial
Branding Logo & Packaging	Analsis Laporan Keuangan
Konsultasi Brand	
Subscription Model	
Social Media Management	
KOL Management	
Pembuatan Laporan Keuangan	

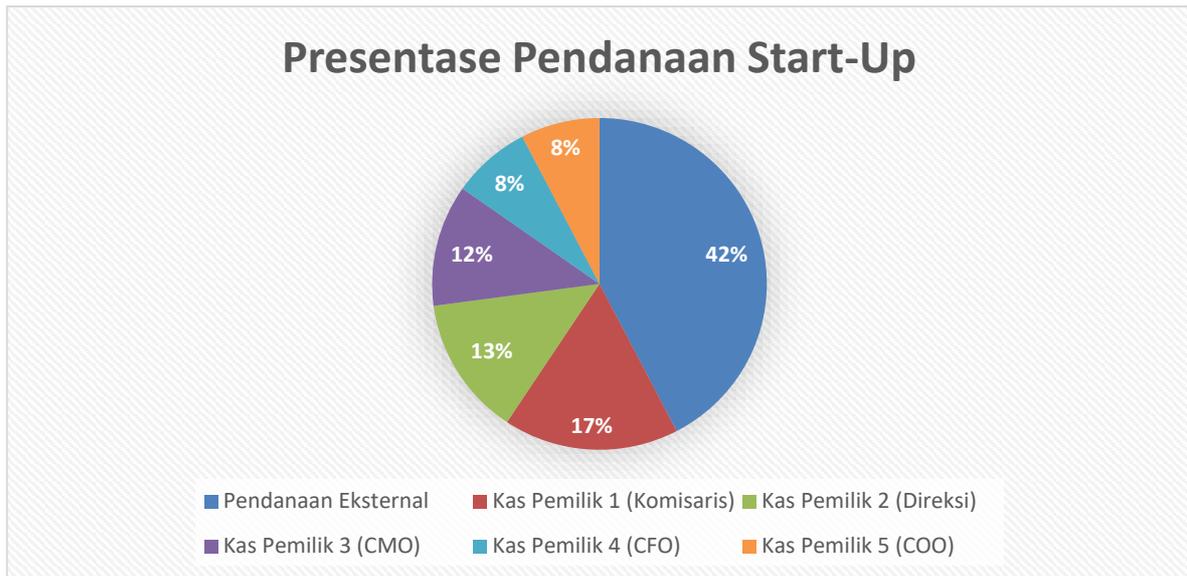
BAB 10 Financial Plan & Projections

10.1 Pendanaan dan Biaya

Tabel 13 Pendanaan dan Biaya

TAHUN 1			TAHUN 2		
BIAYA START-UP			BIAYA START-UP		
Biaya Tetap			Biaya Tetap		
Aplikasi	Rp	20.000.000	Aplikasi	Rp	30.000.000
Pemasaran	Rp	40.000.000	Pemasaran	Rp	60.000.000
Website Hosting & Domain	Rp	5.000.000	Website Hosting & Domain	Rp	7.500.000
Biaya Internet	Rp	2.500.000	Biaya Internet	Rp	3.750.000
Perlengkapan	Rp	500.000	Perlengkapan	Rp	750.000
Gaji Karyawan	Rp	520.000.000	Sewa Virtual Office	Rp	2.500.000
			Laptop	Rp	100.000.000
			Gaji Karyawan	Rp	780.000.000
Total Biaya Tetap	Rp	588.000.000	Total Biaya Tetap	Rp	984.500.000
Biaya Variabel			Biaya Variabel		
Komisi Sales	Rp	5.517.085	Komisi Sales	Rp	8.275.627
Biaya Outsourcing	Rp	29.920.211	Biaya Outsourcing	Rp	44.880.316
Total Biaya Variabel	Rp	35.437.295	Total Biaya Variabel	Rp	53.155.943
x Jumlah Bulan: 12			x Jumlah Bulan: 12		
Total Biaya Bulanan	Rp	425.247.541	Total Biaya Bulanan	Rp	637.871.311
Total Biaya Start-Up	Rp	1.013.247.541	Total Biaya Start-Up	Rp	1.622.371.311

PENDANAAN START-UP		Presentase
Pendanaan Eksternal	Rp250.000.000	42%
Pendanaan dari Pemilik		
Kas Pemilik 1 (Komisaris)	Rp 100.000.000	17%
Kas Pemilik 2 (Direksi)	Rp 80.000.000	14%
Kas Pemilik 3 (CMO)	Rp 70.000.000	12%
Kas Pemilik 4 (CFO)	Rp 45.000.000	8%
Kas Pemilik 5 (COO)	Rp 45.000.000	8%
Total Pendanaan Pemilik	Rp 340.000.000	58%
Total Pendanaan Start-Up	Rp 590.000.000	100%



Gambar 43 Presentasi Pendanaan Internal CREFOBE

Sumber: CREFOBE (2021)

Biaya Variabel CREFOBE yang dihitung adalah komisi sales. Komisi sales adalah biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk kompensasi terhadap jasa penjualan yang dilakukan untuk mendapatkan proyek. Aspek gaji karyawan, komisi *sales dan biaya outsourcing* akan digunakan sebagai *Cost of Revenue (COR)* karena dalam perusahaan jasa seperti CREFOBE tidak menggunakan bahan baku melainkan jasa.

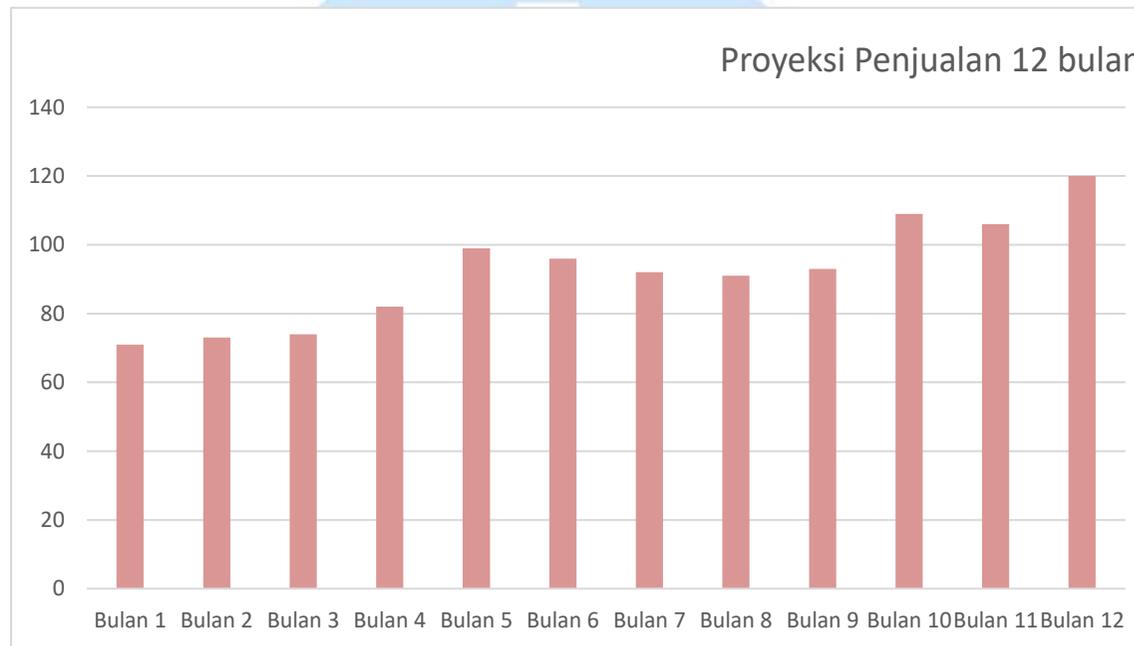
Biaya pemasaran akan digunakan untuk beriklan di media sosial seperti Instagram dan Tiktok, lalu menggunakan KOL untuk mempromosikan CREFOBE, membuat *press release* di media-media, mempromosikan melalui Google Ads, dan memberikan konsultasi gratis kepada UMKM secara terbatas. Kami akan menggunakan promo hari raya dan juga paket bundling untuk menarik minat dari UMKM menjadi klien kami. Dana pemasaran yang dimiliki akan dialokasikan sebesar 50% untuk promosi di Instagram, Tiktok, dan Google Ads, 40% untuk KOL, dan 10% lainnya untuk *press release* dan media promosi lainnya. Aset CREFOBE didapatkan dari dana pribadi para pendiri dan dana pihak eksternal seperti angel investor atau venture capital.

10.2 Proyeksi Penjualan

Jasa	Harga/Jasa	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12	Total
Marketing Plan	Rp 2.000.000	4	4	3	4	4	4	4	4	6	6	4	4	51
Digital Marketing														
Social Media Management	Rp 1.000.000	4	5	6	7	8	8	8	9	10	10	10	10	95
KOL Management	Rp 1.000.000	5	6	4	8	15	7	5	5	6	9	10	15	95
Marketing Communication														
Mini Event	Rp 5.000.000	1	2	2	6	8	3	1	2	3	4	5	9	46
Advertising	Rp 1.000.000	3	5	1	6	6	6	2	2	4	6	6	6	53
Public Relation	Rp 1.000.000	3	4	3	2	5	5	4	3	4	5	8	5	51
Branding														
Paket 1 Set All in	Rp 3.000.000	1	2	2	2	5	5	6	5	6	5	5	5	49
Logo and Packaging	Rp 1.000.000	5	4	6	6	4	4	6	6	5	4	6	4	60
Paket Konsultasi Brand	Rp 500.000	6	5	3	3	3	3	10	9	5	4	4	4	59
Design Mockup														
Paket Desain Konten	Rp 600.000	5	3	3	3	6	6	7	8	6	9	6	6	68
Paket Desain Mockup Aplikasi	Rp 1.000.000	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	0	22
Paket Desain Logo	Rp 500.000	8	6	6	6	6	8	10	10	8	8	8	8	92
Paket Desain Packaging	Rp 500.000	7	6	6	6	6	6	8	6	6	6	6	6	75
Financial Projection														
Paket Proyeksi Jangka Pendek	Rp 1.000.000	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5	5	0	41
Paket Proyeksi Jangka Menengah	Rp 1.800.000	3	3	3	5	5	5	3	4	4	8	8	0	51
Paket Proyeksi Jangka Panjang	Rp 2.500.000	4	4	6	2	2	2	2	2	2	0	2	8	36
Pembuatan Laporan Keuangan														
Tanpa Konsultasi	Rp 500.000	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	10	64
Dengan Konsultasi	Rp 1.000.000	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	10	43
Analisis Laporan Keuangan	Rp 800.000	0	2	6	3	3	9	3	3	3	10	3	10	55
Penjualan		71	73	74	82	99	96	92	91	93	109	106	120	1106

Tabel 14 Proyeksi Penjualan CREFOBE

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Tabel 15 Grafik Proyeksi Penjualan 12 Bulan CREFOBE

Jasa yang ditawarkan oleh CREFOBE sangatlah beragam dalam *marketing* dan *finance* dengan kisaran harga Rp 500.000 hingga Rp 5.000.000. Harga dibuat dengan berbagai riset dan pertimbangan yang telah dilakukan. Pertama, harga yang terjangkau untuk UMKM terutama usaha mikro dan kecil yang memiliki anggaran yang tidak besar yang bisa meningkatkan kualitas usaha mereka dalam segi *marketing* dan *finance*. Kedua, tenaga kerja yang mengerjakan proyek *marketing* dan *finance* yang diminta oleh klien adalah tenaga kerja yang telah tersertifikasi sesuai dengan kemampuannya sehingga hasil yang diberikan bisa dijamin hasilnya. Diperkirakan pada akhir tahun pertama, kami bisa mengerjakan total proyek sebanyak 1106 proyek. Pada 3 bulan pertama, penjualan berada dikisaran 70-75 proyek karena masih tahap awal. Lalu, menuju bulan Ramadhan di bulan 5 diperkirakan proyek akan bertambah lebih banyak karena tingginya permintaan pada UMKM sehingga mereka ingin meningkatkan kualitas UMKM mereka. Dengan terbentuknya kepercayaan, maka penjualan di bulan 6 hingga bulan 9 berada di kisaran 90 proyek. Lalu, menjelang akhir tahun dan natal, dimana penjualan UMKM diperkirakan meningkat sehingga permintaan jasa CREFOBE diperkirakan ikut meningkat hingga akhir tahun.

Mandays	
Rata-rata total hari kerja	180
Jumlah pekerja	8
Mandays/ tahun	1440
Gaji karyawan/ tahun	Rp520.000.000
Target Penjualan/ tahun	Rp1.560.000.000
Biaya mandays	Rp1.083.333
Biaya manmonth	Rp16.250.000
Target Penjualan per bulan	Rp130.000.000

Tabel 16 Mandays

Berdasarkan perhitungan *mandays*, dengan jumlah karyawan 8 orang dan total hari kerja 180 hari dalam satu tahun, maka total mandays dalam setahun adalah 1440. Total Rp 520.000.000 diperoleh dari jumlah 8 karyawan dikalikan gaji Rp 5.000.000 dalam satu tahun ditambah THR karyawan sehingga diasumsikan 13 bulan dalam satu tahun. Untuk bisa menutupi gaji karyawan dan biaya-biaya operasional dan investasi yang ada, maka Rp 520.000.000 akan dikalikan tiga sehingga target penjualan 1 tahun adalah Rp 1.560.000.000 dimana biaya *mandays* adalah Rp 1.083.000. Biaya *manmonth* adalah Rp16.250.000 sehingga target penjualan 1 bulan adalah Rp 130.000.000.

Biaya Outsourcing	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Total Proyek	1106	1659	2820	5641	14102
Proyek yang diurus outsourcing (40%)	442	664	1128	2256	5641
Harga Rata-rata Proyek	Rp 1.352.632	Rp 1.352.632	Rp 1.352.632	Rp 1.352.632	Rp 1.352.632
Biaya Outsourcing per Proyek	Rp 811.579	Rp 811.579	Rp 811.579	Rp 811.579	Rp 811.579
Total Biaya Outsourcing	Rp 359.042.526	Rp 538.563.789	Rp 915.558.442	Rp 1.831.116.884	Rp 4.577.792.211

Tabel 17 Biaya Outsourcing

Untuk memenuhi permintaan UMKM dan juga meningkatkan efektivitas kerja perusahaan, maka CREFOBE menggunakan *outsourcing* untuk memenuhi 40% target proyek yang akan dicapai setiap tahunnya. Biaya *outsourcing* yang akan diambil untuk setiap proyeknya adalah 60% sehingga 40% sisanya adalah keuntungan untuk CREFOBE. Dengan menggunakan *outsourcing*, maka CREFOBE bisa memenuhi target penjualan per tahun dengan lebih efektif dengan memanfaatkan kerja sama dengan pihak ketiga.

10.3 Proyeksi Penjualan 5 Tahun

	Tahun 1	Growth Y1-Y2	Tahun 2	Growth Y2-Y3	Tahun 3	Growth Y3-Y4	Tahun 4	Growth Y4-Y5	Tahun 5
Total Penjualan									
Marketing & Financial Services CREFOBE	1106	50,00%	1659	70,00%	2820	100,00%	5641	150,00%	14102
Total Pendapatan									
Marketing & Financial Services CREFOBE	Rp 1.324.100.289	50,00%	Rp 1.986.150.434	70,00%	Rp 3.376.455.737	100,00%	Rp 6.752.911.474	150,00%	Rp 16.882.278.685
Biaya Jasa Penjualan									
Gaji Karyawan	Rp 520.000.000		Rp 780.000.000		Rp 1.326.000.000		Rp 2.652.000.000		Rp 6.630.000.000
Komisi Sales	Rp 66.205.014		Rp 99.307.522		Rp 337.645.574		Rp 675.291.147		Rp 1.688.227.868
Biaya Outsourcing	Rp 359.042.526		Rp 538.563.789		Rp 915.558.442		Rp 1.831.116.884		Rp 4.577.792.211
Total Biaya Jasa Penjualan	Rp 945.247.541		Rp 1.417.871.311		Rp 2.579.204.016		Rp 5.158.408.032		Rp 12.896.020.079
Total Keuntungan									
Marketing & Financial Services CREFOBE	Rp 378.852.748		Rp 568.279.122		Rp 797.251.721		Rp 1.594.503.442		Rp 3.986.258.606

Tabel 18 Proyeksi Penjualan 5 Tahun CREFOBE

Proyeksi Penjualan CREFOBE dalam 5 tahun, dimana terjadi kenaikan penjualan 50% dari tahun pertama hingga kedua, kemudian tahun kedua hingga ketiga terjadi kenaikan penjualan 70%. Lalu terjadi kenaikan 100% di tahun ketiga hingga tahun keempat dan terjadi kenaikan 150% di tahun keempat hingga tahun kelima.

Tabel 19 Proyeksi Penjualan 5 Tahun CREFOBE



Proyeksi penjualan yang dibuat adalah sepanjang 5 tahun untuk memperlihatkan proyeksi penjualan dan perkembangan bisnis jasa CREFOBE yang bertujuan agar investor bisa mengetahui proyeksi pertumbuhan dari bisnis CREFOBE dan bagaimana dan kapan akan tercapainya *break even point*. Pada tahun kedua, diproyeksikan terdapat pertumbuhan penjualan sebesar 50%, 70% di tahun ketiga, 100% di tahun keempat, dan 150% di tahun kelima dengan mengasumsikan pertumbuhan penjualan bertumbuh secara linear. Dengan target pertumbuhan ini, diharapkan mampu memberikan gambaran potensi dari CREFOBE. Namun, hal ini juga dihadapkan dengan ketidakpastian terutama dalam masa pandemi COVID-19. Tetapi, kami optimis dimana ekonomi Indonesia sedang menuju fase *recovery* yang akan mendorong CREFOBE untuk terus berkembang diiringi dengan peningkatan kualitas UMKM yang mendorong ekonomi Indonesia untuk bangkit.

10.4 Proyeksi Laba Rugi

Pendapatan	Tahun 1	% dari Pendapatan Operasional	Tahun 2	% dari Pendapatan Operasional	Tahun 3	% dari Pendapatan Operasional	Tahun 4	% dari Pendapatan Operasional	Tahun 5	% dari Pendapatan Operasional
Pendapatan Operasional										
Penjualan	Rp 1.324.100.289	100%	Rp 1.986.150.434	100%	Rp 3.376.455.737	100%	Rp 6.752.911.474	100%	Rp 16.882.278.685	100%
Total Pendapatan Operasional	Rp 1.324.100.289	100%	Rp 1.986.150.434	100%	Rp 3.376.455.737	100%	Rp 6.752.911.474	100%	Rp 16.882.278.685	100%
Total Pendapatan	Rp 1.324.100.289	100%	Rp 1.986.150.434	100%	Rp 3.376.455.737	100%	Rp 6.752.911.474	100%	Rp 16.882.278.685	100%
Biaya										
Biaya Operasional										
Biaya Langsung										
Komisi Sales	Rp 66.205.014	5,00%	Rp 99.307.522	5,00%	Rp 168.822.787	5,00%	Rp 337.645.574	5,00%	Rp 844.113.934	5,00%
Biaya Outsourcing	Rp 359.042.526	27,12%	Rp 538.563.789	27,12%	Rp 915.558.442	27,12%	Rp 1.831.116.884	27,12%	Rp 4.577.792.211	27,12%
Total Biaya Langsung	Rp 425.247.541	32,12%	Rp 637.871.311	32,12%	Rp 1.084.381.229	32,12%	Rp 2.168.762.458	32,12%	Rp 5.421.906.145	32,12%
Biaya Tidak Langsung										
Biaya Aplikasi	Rp 20.000.000	1,51%	Rp 30.000.000	1,51%	Rp 51.000.000	1,51%	Rp 102.000.000	1,51%	Rp 255.000.000	1,51%
Biaya Pemasaran	Rp 40.000.000	3,02%	Rp 60.000.000	3,02%	Rp 102.000.000	3,02%	Rp 204.000.000	3,02%	Rp 510.000.000	3,02%
Biaya Website Hosting & Domain	Rp 5.000.000	0,38%	Rp 7.500.000	0,38%	Rp 12.750.000	0,38%	Rp 25.500.000	0,38%	Rp 63.750.000	0,38%
Biaya Internet	Rp 2.500.000	0,19%	Rp 3.750.000	0,19%	Rp 6.375.000	0,19%	Rp 12.750.000	0,19%	Rp 31.875.000	0,19%
Perlengkapan	Rp 500.000	0,04%	Rp 750.000	0,04%	Rp 1.275.000	0,04%	Rp 2.550.000	0,04%	Rp 6.375.000	0,04%
Sewa Virtual Office	Rp -	-	Rp 2.500.000	0,13%	Rp 4.250.000	0,13%	Rp 8.500.000	0,13%	Rp 21.250.000	0,13%
Gaji Karyawan	Rp 520.000.000	39,27%	Rp 780.000.000	39,27%	Rp 1.326.000.000	39,27%	Rp 2.652.000.000	39,27%	Rp 6.630.000.000	39,27%
Laptop	Rp -	-	Rp 100.000.000	5,03%	Rp 170.000.000	5,03%	Rp 340.000.000	5,03%	Rp 850.000.000	5,03%
Total Biaya Tidak Langsung	Rp 588.000.000	44,41%	Rp 984.500.000	49,57%	Rp 1.673.650.000	49,57%	Rp 3.347.300.000	49,57%	Rp 8.368.250.000	49,57%
Total Beban Operasional	Rp 1.013.247.541	76,52%	Rp 1.622.371.311	81,68%	Rp 2.758.031.229	81,68%	Rp 5.516.062.458	81,68%	Rp 13.790.156.145	81,68%
Total Beban	Rp 1.013.247.541	76,52%	Rp 1.622.371.311	81,68%	Rp 2.758.031.229	81,68%	Rp 5.516.062.458	81,68%	Rp 13.790.156.145	81,68%
Net Income	Rp 310.852.748		Rp 363.779.122		Rp 618.424.508		Rp 1.236.849.016		Rp 3.092.122.540	
Distribusi Dividen										
Penyesuaian Laba Ditahan	Rp 310.852.748		Rp 363.779.122		Rp 618.424.508		Rp 1.236.849.016		Rp 3.092.122.540	

Tabel 20 Proyeksi Laba Rugi CREFOBE

Harga pokok penjualan (HPP) dari laporan keuangan CREFOBE ialah komisi sales dan biaya Outsourcing. Dimana komisi sales didapatkan 5% dari proyek yang berhasil didapatkan dari tim sales sedangkan biaya outsourcing ini didapatkan dari 27,12% jumlah pendapatan proyek dan diberikan kepada pihak outsourcing yang terlibat dalam proyek CREFOBE tersebut. Biaya Outsourcing ini dimulai dari tahun pertama CREFOBE. Untuk gaji karyawan yang berjumlah Rp 520.000.000 nantinya akan dibagikan kepada 8 karyawan CREFOBE termasuk Komisaris, Direksi, CMO, CFO, COO dan staff dari CREFOBE.

CREFOBE juga tidak melakukan pembagian dividen karena CREFOBE merupakan startup yang baru berdiri sehingga CREFOBE fokus meningkatkan laba ditahan setiap tahunnya dan juga meningkatkan gaji karyawan CREFOBE setiap tahunnya namun fokus dan berorientasi untuk meningkatkan bisnis CREFOBE.

10.5 Balance Sheet

Aset	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Aset Lancar					
Kas	Rp 900.852.748	Rp 1.264.631.871	Rp 1.883.056.379	Rp 3.119.905.395	Rp 6.212.027.935
Sewa dibayar dimuka	Rp -	Rp 2.500.000	Rp 4.250.000	Rp 8.500.000	Rp 21.250.000
Total Aset Lancar	Rp 900.852.748	Rp 1.267.131.871	Rp 1.887.306.379	Rp 3.128.405.395	Rp 6.233.277.935
Aset Tetap					
Laptop	Rp -	Rp 100.000.000	Rp 170.000.000	Rp 340.000.000	Rp 850.000.000
Aplikasi	Rp 25.000.000	Rp 37.500.000	Rp 63.750.000	Rp 127.500.000	Rp 318.750.000
Perlengkapan	Rp 500.000	Rp 750.000	Rp 1.275.000	Rp 2.550.000	Rp 6.375.000
Total Aset Tetap	Rp 25.500.000	Rp 138.250.000	Rp 235.025.000	Rp 470.050.000	Rp 1.175.125.000
Total Assets	Rp 926.352.748	Rp 1.405.381.871	Rp 2.122.331.379	Rp 3.598.455.395	Rp 7.408.402.935
Kewajiban dan Modal					
Modal					
Pendanaan Dari Pemilik	Rp 340.000.000	Rp 340.000.000	Rp 340.000.000	Rp 340.000.000	Rp 340.000.000
Pendanaan dari Eksternal	Rp 95.500.000	Rp 303.364.737	Rp 438.311.842	Rp 739.504.421	Rp 1.581.164.579
Laba Ditahan	Rp 310.852.748	Rp 363.779.122	Rp 618.424.508	Rp 1.236.849.016	Rp 3.092.122.540
Total Modal	Rp 746.352.748	Rp 1.007.143.859	Rp 1.396.736.350	Rp 2.316.353.437	Rp 5.013.287.119
Total Kewajiban dan Modal	Rp 746.352.748	Rp 1.007.143.859	Rp 1.396.736.350	Rp 2.316.353.437	Rp 5.013.287.119

Tabel 21 Balance Sheet CREFOBE

CREFOBE memiliki aset di tahun pertama berupa website dan aplikasi kemudian di tahun kedua CREFOBE menambah laptop dan juga melakukan upgrade website dan aplikasi hingga tahun – tahun berikutnya. Untuk perlengkapan juga CREFOBE akan selalu menambah perlengkapan setiap tahunnya dan CREFOBE menyewa kantor di tahun kedua dimana kantor ini bermanfaat untuk kepentingan surat menyurat dan melengkapi profile CREFOBE, kantor ini bersifat Virtual Office, untuk pengerjaan proyek CREFOBE tetap dilakukan secara online.

10.6 Arus Kas 5 tahun

Saldo Kas	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Saldo Kas Awal Periode	Rp 590.000.000	Rp 900.852.748	Rp 1.264.631.871	Rp 1.883.056.379	Rp 3.119.905.395
Saldo Kas Akhir Periode	Rp 900.852.748	Rp 1.264.631.871	Rp 1.883.056.379	Rp 3.119.905.395	Rp 6.212.027.935

Kas Masuk	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Aktivitas Operasional					
Pendapatan Penjualan	Rp 1.324.100.289	Rp 1.986.150.434	Rp 3.376.455.737	Rp 6.752.911.474	Rp 16.882.278.685
Total Kas Masuk Aktivitas Operasional	Rp 1.324.100.289	Rp 1.986.150.434	Rp 3.376.455.737	Rp 6.752.911.474	Rp 16.882.278.685
Aktivitas Keuangan					
Total Kas Keluar Aktivitas Keuangan	Rp -				
Aktivitas Investasi					
Total Kas Keluar Aktivitas Investasi	Rp -				
Total Kas Masuk	Rp 1.324.100.289	Rp 1.986.150.434	Rp 3.376.455.737	Rp 6.752.911.474	Rp 16.882.278.685

Kas Keluar	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Aktivitas Operasional					
Komisi Sales	Rp 66.205.014	Rp 99.307.522	Rp 168.822.787	Rp 337.645.574	Rp 844.113.934
Biaya Outsourcing	Rp 359.042.526	Rp 538.563.789	Rp 915.558.442	Rp 1.831.116.884	Rp 4.577.792.211
Gaji Karyawan	Rp 520.000.000	Rp 780.000.000	Rp 1.326.000.000	Rp 2.652.000.000	Rp 6.630.000.000
Biaya Internet	Rp 2.500.000	Rp 3.750.000	Rp 6.375.000	Rp 12.750.000	Rp 31.875.000
Perlengkapan	Rp 500.000	Rp 750.000	Rp 1.275.000	Rp 2.550.000	Rp 6.375.000
Biaya Aplikasi	Rp 20.000.000	Rp 30.000.000	Rp 51.000.000	Rp 102.000.000	Rp 255.000.000
Biaya Website Hosting & Domain	Rp 5.000.000	Rp 7.500.000	Rp 12.750.000	Rp 25.500.000	Rp 63.750.000
Sewa Virtual Office	Rp -	Rp 2.500.000	Rp 4.250.000	Rp 8.500.000	Rp 21.250.000
Biaya Pemasaran	Rp 40.000.000	Rp 60.000.000	Rp 102.000.000	Rp 204.000.000	Rp 510.000.000
Total Kas Keluar Aktivitas Operasional	Rp 1.013.247.541	Rp 1.522.371.311	Rp 2.588.031.229	Rp 5.176.062.458	Rp 12.940.156.145
Aktivitas Keuangan					
Total Kas Keluar Aktivitas Keuangan	Rp -				
Aktivitas Investasi					
Laptop	Rp -	Rp 100.000.000	Rp 170.000.000	Rp 340.000.000	Rp 850.000.000
Total Kas Keluar Aktivitas Investasi	Rp -	Rp 100.000.000	Rp 170.000.000	Rp 340.000.000	Rp 850.000.000
Total Kas Keluar	Rp 1.013.247.541	Rp 1.622.371.311	Rp 2.758.031.229	Rp 5.516.062.458	Rp 13.790.156.145
Arus Kas Bersih	Rp 310.852.748	Rp 363.779.122	Rp 618.424.508	Rp 1.236.849.016	Rp 3.092.122.540

Tabel 22 Arus Kas 5 Tahun CREFOBE

10.7 Break Even Point

Harga Jasa (rata-rata)	Rp	1.352.632
Biaya Tetap		
Aplikasi	Rp	20.000.000
Pemasaran	Rp	40.000.000
Website Hosting & Domain	Rp	5.000.000
Biaya Internet	Rp	2.500.000
Perlengkapan	Rp	500.000
Gaji Karyawan	Rp	520.000.000
Total Biaya Tetap	Rp	588.000.000
Biaya Variabel		
Komisi Sales	Rp	135.263
Biaya Outsourcing	Rp	676.316
Total	Rp	811.579
Total Biaya Variabel per Jasa	Rp	811.579
Margin Kontribusi per Jasa	Rp	541.053
Rasio Margin Kontribusi		40%
Break Even Point		
Break Even Units		1087
Break Even Sales	Rp	1.470.000.000

Tabel 23 Break Even Point

CREFOBE akan mencapai break even points setelah menjual 1087 jasa atau total penjualan mencapai Rp 1.470.000.000,-. Penjualan utama CREFOBE adalah jasa konsultasi UMKM berupa marketing & financial plan dengan rata-rata harga Rp 1.352.632,-.

10.8 Payback Period, Internal Rate of Return & Net Present Value

$$\text{Payback Period} = n + \frac{(a-b)}{(c-b)} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan Rumus:

- n = Tahun terakhir jumlah arus kas belum bisa menutupi modal investasi awal
- a = Jumlah investasi awal
- b = Jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke - n
- c = Jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke - n + 1

Internal Rate of Return	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Net Profit/Loss	-Rp 1.013.247.541	Rp 310.852.748	Rp 363.779.122	Rp 618.424.508	Rp 1.236.849.016	Rp 3.092.122.540
Cummlative		-Rp 702.394.793	Rp 674.631.871	Rp 982.203.630	Rp 1.855.273.524	Rp 4.328.971.556
Indeks		0	1,93	1,09	0,79	0,60
PP		2,93				
		2 tahun 10 bulan				

Tabel 24 Internal Rate of Return & Net Present Value CREFOBE

CREFOBE akan menerima pengembalian investasi awal dalam waktu 2 tahun 9 bulan. Pengembalian investasi awal in akan diterima jika CREFOBE mencapai penjualan sesuai proyeksi target penjualan.

Internal Rate of Return	Y0	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Net Profit/Loss	-Rp 1.013.247.541	Rp 310.852.748	Rp 363.779.122	Rp 618.424.508	Rp 1.236.849.016	Rp 3.092.122.540
IRR		58%				
NPV		Rp2.544.882.358,51				

Tabel 25 Internal Rate of Return & Net Present Value CREFOBE

Internal rate of return yang didapatkan dari investasi di CREFOBE adalah 58% dalam kurun waktu 5 tahun. Dan NPV nya adalah Rp 2.544.882.358,51 yang berarti bisnis ini bisa memberikan imbal hasil positif sehingga layak untuk diinvestasi. Semua perhitungan yang dilakukan berdasarkan perhitungan optimal dari penjualan yang dijalankan.