



PROPOSAL

Kartasemar

Disusun Oleh :

- | | |
|---------------------------|----------------|
| • Berliana Febriani | A22.2018.02652 |
| • Priyo Sigit Pamungkas | A22.2018.02711 |
| • Amman Fatoni | A22.2018.02715 |
| • Timorandi Wisnu Pratama | A22.2018.02719 |



BAB I

RINGKASAN ESEKUTIF

1.1 Latar Belakang

Kerajinan merupakan hasil kebudayaan yang terlihat pada berbagai aspek kehidupan di negara kita. Kerajinan tangan tradisional adalah kegiatan seni yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku umumnya tersedia disekitar menjadi sebuah karya dengan fungsi utamanya tersendiri. Indonesia dikenal memiliki ribuan jenis karya tangan yang tersebar dari seluruh pelosok negeri.

Karya tangan tersebut senantiasa kita lestarikan, agar tidak tergerus oleh derasnya arus globalisasi. Globalisasi menyebabkan banyaknya karya tangan dari luar negeri menyaingi karya tangan tradisional yang fungsi utamanya sama. Masyarakat Indonesia sendiri cenderung membeli karya tangan atau produk dari luar negeri dengan alasan harganya yang lebih murah.

Alhasil banyak pengrajin karya tangan tradisional yang lebih memilih untuk berhenti melakukan produksi barang, karena pasar mereka telah diambil alih oleh produk-produk import dari luar negeri. Sangat disayangkan kebanyakan masyarakat kita lebih memilih produk-produk import dari luar negeri, meskipun memang lebih murah, namun nilai seni dari produk luar negeri kalah jauh dengan produk karya tangan dari pengrajin-pengrajin lokal.

Padahal, apabila masyarakat lebih memilih produk-produk karya tangan tradisional dari pengrajin lokal, secara tidak langsung mereka memberikan kontribusi untuk menggerakkan juga meningkatkan taraf perekonomian pengusaha kerajinan tangan tradisional. Meskipun dengan harga yang cenderung lebih mahal, namun setidaknya dengan membeli produk lokal tersebut pengrajin dalam negeri dapat terus melanjutkan usaha yang mereka tekuni.

Di Jawa Tengah sendiri, pengentasan kemiskinan tidak bisa dilepaskan dari keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya disektor kerajinan tangan (*Handycraft*). Ada sekitar 2% pengusaha kerajinan tangan dari total 17.602 program UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. Saat ini pemerintah telah mencanangkan program UMKM untuk membantu para pengrajin menemukan pangsa pasarnya.

Maka dari itu, untuk mendapatkan kembali pangsa pasar pengrajin lokal, diperlukan suatu portal untuk mempertemukan orang-orang yang mempunyai kegemaran yang sama yakni kegemaran dengan karya tangan tradisional. Menurut Kominfo, lebih dari 100 juta masyarakat Indonesia sudah menggunakan ponsel canggih. Maka dari itu sentuhan TIK sangat dibutuhkan dalam pembuatan portal guna menarik lebih banyak orang-orang yang mempunyai kegemaran dengan karya tangan tradisional ini.

Kami berencana untuk membuat sebuah marketplace berbasis website dimana seorang pengrajin dapat menjual karya tangan yang ia buat didalam website tersebut, dan seorang pembeli dapat melihat galeri, mencari dan juga membeli karya tangan yang pengrajin unggah dalam website tersebut. Website yang kami buat diberi nama Kartasemar, yang merupakan singkatan dari Karya Tangan Warga Semarang.





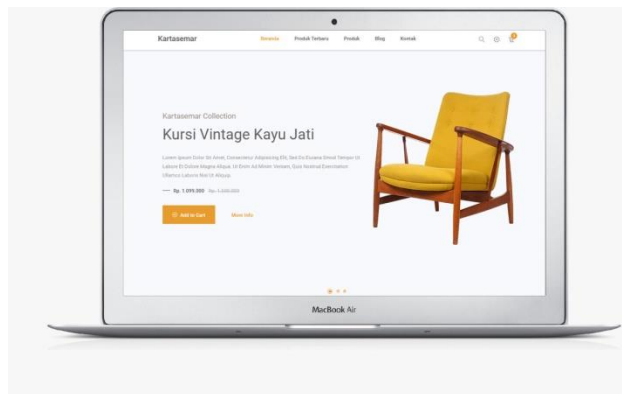
Dengan adanya website Kartasemar ini, para pengrajin karya seni tradisional memiliki wadah untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam produk karya seninya. Diharapkan dengan adanya website Kartasemar, baik pengrajin karya seni maupun konsumen bisa saling berkaitan satu sama lain, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf perekonomian dan membuka lapangan kerja baru.





1.2 Produk dan Teknologi

Dari uraian permasalahan dan juga solusi yang sudah kami tuliskan dibagian latar belakang, kami berencana membuat sebuah produk berbasis TIK berbentuk Website Dinamis bernama **Kartasemar**. Website ini merupakan sebuah portal yang menghubungkan pengusaha kerajinan tangan tradisional dengan konsumen. Dengan adanya website ini konsumen tidak kesulitan dalam menemukan lokasi maupun jenis kerajinan yang dicari. Tidak hanya untuk konsumen daerah Semarang saja, Kartasemar juga memungkinkan konsumen dari luar daerah untuk mendapatkan kerajinan khas Semarang tanpa harus mendatangi lokasi penjual.



Tidak hanya untuk pembeli, pengusaha kerajinan tangan dapat membuka sebuah toko untuk menjual produk yang mereka buat. Penjual hanya perlu melakukan registrasi dengan cara mengisi form data diri/toko dan mengunggah berkas-berkas yang diperlukan untuk bisa membuka sebuah toko online di website Kartasemar ini.

Setelah melakukan proses registrasi dengan mengunggah data diri/toko, penjual dapat mengunggah kerajinan yang mereka produksi. Data diri/toko penjual nantinya akan kami gunakan sebagai media utama antara penjual dengan pembeli dalam berkomunikasi. Untuk memudahkan pembeli dalam berkomunikasi dengan penjual, kedepannya kami berencana untuk membuat fitur 'Hubungi Penjual' dimana apabila fitur/tautan tersebut diklik, maka pembeli akan langsung ter-direct untuk chatting ke nomor telepon atau nomor WhatsApp penjual.

Fitur pencarian produk juga akan kami tambahkan kedalam website untuk memudahkan calon pembeli dalam menemukan produk yang mereka inginkan. Fitur penunjang website seperti *slider* dan website yang *responsive* juga kami gunakan guna menambah kenyamanan pengguna.





BAB II ASPEK PEMASARAN

2.1 Analisis Pasar

Dalam melakukan analisis potensi pasar, maka diperlukan untuk mengetahui segmentasi pasar agar pengelompokkan konsumen dapat berjalan dengan efektif.

2.1.1 Segmentasi Geografis



Seluruh masyarakat Indonesia dan warga negara asing dapat mengakses website Kartasemar dimanapun dan kapanpun. Khusus untuk masyarakat daerah Kota Semarang, bisa mendaftarkan diri sebagai pengrajin/penjual/pemilik toko kerajinan tangan. Selain itu, warga Kota Semarang juga dapat memilih pengiriman produk dengan sistem *One Day Service*.

2.1.2 Segmentasi Demografis

Yaitu segmentasi pasar yang dikelompokkan berdasarkan:

- Usia, berkisar 25-80 tahun
- Jenis kelamin, yaitu pria dan wanita.
- Pendidikan dan pekerjaan dari semua kalangan.
- Peminat dan penggiat karya kerajinan tangan tradisional
- Agama, yaitu Katolik, Protestan, Hindu, Budha, Islam, lainnya.
- Kebangsaan yaitu kebangsaan Indonesia maupun kebangsaan Negara lain.



2.1.3 Segmentasi Psikografis



Menurut analisa kami, Psikografis website Kartasemar mengerucut pada penggiat dan peminat kerajinan tangan yang otentik. Karena biasanya orang-orang yang bukan dari kalangan tersebut, cenderung tidak tertarik untuk mengulik lebih lanjut tentang produk kerajinan.

2.2 Target Pasar

Target pasar dari peluang usaha kerajinan ini memungkinkan target pasar dari konsumen yang sudah memiliki pendalaman khusus mengenai karya seni dan konsumen baru yang mulai memiliki ketertarikan dengan kerajinan tangan tradisional.





2.3 Posisi Kartasemar



Produk kami merupakan sebuah website marketplace bernama Kartasemar yang mempunyai fitur memberikan informasi tentang kerajinan tangan, tempat penjualan kerajinan tangan, dan konsumen bisa membeli kerajinan tangan tanpa harus ke tempat pengrajin kerajinan tangan. Aplikasi website Kartasemar sendiri bertujuan untuk menjembatani para pengrajin kerajinan tangan menjual karyanya dengan sistem daring dan mempermudah konsumen dari para pengrajin untuk mencari tahu maupun membeli kerajinan tangan.

2.4 Dampak Positif Kartasemar

2.4.1 Bagi Masyarakat Sekitar (Mitra)

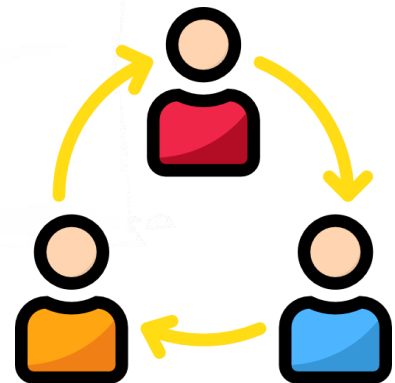
Dengan website Kartasemar ini, membantu mitra dalam perluasan pemasaran produk. Website ini dapat menyalurkan informasi produk kerajinan tangan yang dijual oleh mitra kepada konsumen, yang sebelumnya kesulitan untuk memasarkan produknya.

2.4.2 Bagi Calon Konsumen

Website Kartasemar menawarkan solusi untuk memudahkan calon konsumen dalam mencari kerajinan tangan tradisional yang diinginkan.

2.4.3 Bagi Pemerintah

Kartasemar membantu memajukan perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kerajinan Tangan di Jawa Tengah tak bisa dilepaskan dari keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bahkan, berkat roda perekonomian yang digerakkan, UMKM berkontribusi sekitar 50 persen dalam pengentasan kemiskinan.





2.2 Kompetitor

Berdasarkan pantauan dan hasil survei yang telah kami lakukan, ada beberapa model platform penyedia informasi mengenai Kertasemar yang diterapkan di Indonesia, yakni sebagai berikut:

2.2.1 Mariberkarya.com

Dari survei yang telah kami lakukan, salah satu website yang menjual kerajinan tangan adalah Mariberkarya.com.

Kelebihan Mariberkarya.com :

- Menu yang ada pada website ini sangat lengkap.
- Website mudah dan cepat saat diakses.
- Tampilan website sudah responsive.

Kekurangan Mariberkarya.com :

- Tidak ada proses transaksi.
- Desain website masih terlalu kaku
- Sistem pendaftaran masih kurang baik (tidak ada sistem validasi saat penginputan data).
- Tidak ada pendaftaran pembeli



2.2.2 RUMAHKERAJINAN.COM

Pesaing kami selanjutnya adalah platform kerajinan yang dikembangkan oleh perorangan yakni :

Kelebihan Rumahkerajinan.com:

- Barang yang disediakan unik dan beragam.
- Akses website yang sangat cepat.
- Terdapat fitur pencarian data (search).

Kekurangan Rumahkerajinan.com:

- Sistem transaksi dilakukan dengan manual yakni dengan menghubungi penjual.
- Desain website masih statis.
- Banyak iklan yang mengganggu dan tidak sesuai dengan website





2.2.3 INACRAFT.CO.ID

Kelebihan Inacraft.co.id :

- Website memiliki fitur yang lengkap.
- Memiliki kompatibilitas yang baik (tampilan website tidak hancur jika diakses dari berbagai macam browser).
- Tampilan website rapi dan tidak terlalu ramai.



INACRAFT®

Kekurangan Inacraft.co.id :

- Bahasa pada website cenderung campur tidak ada pilihan untuk memilih bahasa
- Informasi penjual tidak dicantumkan pada deskripsi barang.

2.2.4 MOSELO.COM

Kelebihan Moselo.com:

- Cepat saat diakses
- Desain website yang menarik.
- Informasi mengenai produk dan penjual lengkap.



moselo

Kekurangan Moselo.com:

- Pembeli awam dan kurang bisa berbahasa inggris akan kesulitan karena website hanya menggunakan bahasa inggris saja.





2.3 Tren Industri

Revolusi industri 4.0 merupakan fase revolusi teknologi yang mengubah cara beraktivitas manusia dalam skala, ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi dari pengalaman hidup yang sebelumnya. Prinsip dasar revolusi industri 4.0 adalah menggabungkan mesin, alur kerja, dan sistem dengan menerapkan jaringan cerdas di sepanjang rantai dan proses produksi. Hal ini bertujuan untuk mengendalikan satu sama lain secara mandiri. Perkembangan teknologi yang pesat akan mendorong perubahan perilaku masyarakat, dan peningkatan kebutuhan akan mendorong berubahnya dan terciptanya peluang bisnis dan pekerjaan baru. Perubahan dan peluang bisnis yang baru didorong dengan perkembangan penggunaan internet. Dimana peluang ini juga disadari oleh para pelaku bisnis untuk memanfaatkan internet dalam proses berbisnis. Penggunaan internet dalam proses berbisnis akan terus mengalami perkembangan. Mulai dari pertukaran informasi secara elektronik ke aplikasi strategi bisnis, pemasaran dan juga penjualan. Terlebih lagi internet juga akan mendukung komunikasi dan transaksi global antara konsumen, penjual, dan juga pihak atau perusahaan yang dapat berperan sebagai *middleman* (pihak yang menjamin kelancaran transaksi). Melihat peluang tren industri yang besar, kami ingin turut mengembangkan sektor UMKM khususnya kerajinan tangan di Jawa Tengah melalui Kartasemar, sebuah website dimana seorang pengrajin/pengusaha kerajinan tangan dapat memperluas jaringan pemasarannya dengan sistem penjualan online. Untuk mengetahui *tren industri* yang saat ini, kami menggunakan survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2018 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis survei penetrasi dan perilaku pengguna internet tahun 2018. Disebutkan jumlah pengguna internet mencapai 171,17 juta jiwa sepanjang tahun lalu. Angka ini naik 10,12% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 143,26 juta jiwa. Dibandingkan dengan jumlah penduduk versi BPS sebesar 264,16 juta jiwa maka bisa dikatakan sudah ada 64,8% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari masifnya pembangunan infrastruktur telekomunikasi yang dilakukan 540 anggota APJII. Anggota ini datang dari berbagai pemain ISP di semua wilayah, baik dari skala nasional maupun lokal. Lebih dalam dipaparkan, kontribusi pengguna per wilayah masih didominasi dari Jawa 55%. Lalu disusul Sumatera 21%, Sulawesi-Maluku-Papua 10%, Kalimantan 9%, dan Bali-Nusa Tenggara 5%. Berbicara soal umur pengguna internet, APJII mencatat penetrasi tertinggi datang dari umur 15-19 tahun sebesar 91%. Disusul kelompok usia 20-24 tahun (88,5%) dan 25-29 tahun (82,7%). Penetrasi terendah datang dari kelompok 65 tahun ke atas sebesar 8,5%. Lalu, melihat dari penetrasi berdasarkan pekerjaan, kelompok yang datang dari wirausaha besar menempati posisi tertinggi (100%), guru (100%), dan pedagang online (100%). Penetrasi terendah ditempati oleh petani lahan sendiri (33,5%), buruh tani (25,7%), dan petani penggarap (20,3%). APJII mengungkapkan pengguna paling banyak terhubung setiap harinya dengan internet lewat smartphone (93,9%). Pengguna menyebutkan rata-rata waktu yang dibutuhkan dalam sehari untuk menggunakan internet dikuasai oleh mereka yang menjawab sekitar 3-4 jam sehari (14,1%). Pengguna yang menggunakan internet sebagai kegiatan komersial untuk menjual-beli barang secara online, tertinggi pengguna menjawab pernah berkunjung (46,6%).





2.4 Strategi Pemasaran

Setelah mengetahui bahwa Kartasemar memiliki peluang yang cukup besar jika dilihat dari Tren Industri saat ini, maka diperlukan analisis strategi pemasaran agar aplikasi Kartasemar dapat dikenal dan digunakan oleh masyarakat Indonesia bahkan calon wisatawan mancanegara. Dalam melakukan analisis strategi pemasaran, kami menggunakan metode *market segmenting* dan metode *market entry strategy* yang akan dijabarkan sebagai berikut:

2.4.1 Market Segmenting (Segmentasi Pasar)

Setiap pelanggan tentu memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda-beda. Maka, kami harus mengelompokkan pasar yang sifatnya heterogen menjadi satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Disini kami melakukan *Market Segmenting* dalam strategi pemasaran kami guna memfilter calon-calon user kami bahwasannya pecinta seni dibagi menjadi dua bagian, yakni pegiat seni dan penikmat seni.

Pegiat seni disini kami posisikan sebagai pengrajin karya tangan tradisional. Mereka yang memiliki usaha dibidang produksi kerajinan tangan ini, kami akan membantu para pengusaha kerajinan tangan ini untuk menjualkan produk yang mereka hasilkan di website Kartasemar guna memperluas jangkauan pemasaran mereka.

Sedangkan penikmat seni disini ialah mereka yang gemar mengoleksi karya tangan – karya tangan tradisional. Orang-orang yang memiliki kegemaran ini akan kami tawarkan untuk menggunakan website kami sebagai sarana/media yang dapat digunakan oleh mereka untuk menemukan produk-produk yang mereka cari tanpa harus meluangkan banyak waktu untuk mengunjungi toko atau pasar seni.

2.4.2 Market Entry Strategy

Teknik ini kami lakukan untuk memperluas jangkauan kami dalam menjaring user sekaligus mempromosikan produk website kami. Kami melakukan Market Entry Strategy dengan cara mendatangi langsung toko-toko ataupun sentra penghasil kerajinan tangan tradisional, menawarkan produk kami dan mengajak pemilik usaha tersebut untuk mau bergabung dengan ini.

Dengan penawaran yang menarik, kami yakin teknik ini akan dapat banyak menarik pihak untuk bisa bergabung bersama kami. Terlebih lagi di era yang serba modern ini, hampir setiap pengusaha pasti menggunakan teknologi berbasis komputer khususnya website untuk dapat terus mengembangkan bisnisnya.





BAB III TIM MANAGEMEN

3.1 Struktur Organisasi



3.2 Deskripsi Bagian

Berikut merupakan deskripsi bagian pada tim Kartasemar

1. Ketua Tim Kartasemar
 - a. Mempertanggung jawabkan atas proyek Kartasemar.
 - b. Melakukan kontrol / *monitoring* terhadap perkembangan proyek.
 - c. Mengkoordinasikan tugas kerja kepada tim.
 - d. Membuat kebijakan-kebijakan terhadap perkembangan Kartasemar.
2. Programmer
 - a. Membuat aplikasi website Kartasemar.
 - b. Mengembangkan website Kartasemar agar berjalan dengan baik.
 - c. Mengerjakan sistem informasi dari Kartasemar.
 - d. Membuat, merancang dan mengelola database yang akan digunakan.
 - e. Membuat alur sistem informasi yang efisien untuk Kartasemar.
3. Designer
 - a. Membuat desain website Kartasemar.
 - b. Memastikan desain website yang dibuat mudah digunakan bagi pengguna awam.
 - c. Memastikan tampilan web tetap responsive.
 - d. Membuat tampilan website nyaman saat diakses.
4. Marketing
 - a. Menyusun dan mengatur keuangan Kartasemar.
 - b. Melakukan promosi website kepada masyarakat.
 - c. Ikut memberikan masukan soal desain antarmuka website Kartasemar.
 - d. Membuat poster yang berkaitan dengan promosi Kartasemar.





3.3 Analisis Sumber Daya

Tim kami mempunyai sumber daya yang berkualitas untuk menjalankan usaha dibidang Sistem Informasi berbasis teknologi Web ini. Hal tersebut dibuktikan dengan telah membuat berbagai sistem informasi maupun landing page. Beberapa skill yang dikuasai oleh anggota tim Kartasemar yaitu:

- a. Menguasai Web Programming (HTML, CSS, JavaScript/ES6,CodeIgniter Framework dan MySQL).
- b. Menguasai Adobe Dreamweaver, Adobe Photoshop dan Adobe Priemer.
- c. Kemampuan Akuntansi dan Marketing.
- d. Kemampuan Komunikasi dan bekerja sama.





BAB IV

PROYEKSI KEUANGAN

4.1 Pengeluaran Awal Tahun Pertama

No	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	VPS	Paket/Tahun	1	Rp. 15.840.000
2	Hosting	Paket/Tahun	1	Rp. 1.500.000
3	Domain	Paket/Tahun	1	Rp. 500.000
4	Internet	10 Mbps	1	-
5	Promosi Awal	Lengkap	1	Rp. 3.000.000
Total				Rp. 20.840.000

4.2 Pengeluaran Bulanan

No	Nama Barang	Satuan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Pengembangan Apps	Rp. 1.250.000	1	Rp. 1.250.000
2	Maintenance	Rp. 1.000.000	1	Rp. 1.000.000
3	Promosi	Rp. 300.000	1	Rp. 300.000
4	Internet	Rp. 500.000	1	Rp. 500.000
5	Lain-lain	Rp. 200.000	1	Rp. 200.000
Total				Rp. 3.250.000
Total 1 Tahun				Rp. 39.000.000
Pengeluaran Tahun Pertama				Rp. 59.840.000

4.3 Pengeluaran Tahunan

No	Nama Barang	Keterangan	Jumlah	Harga(Rp)
1	Domain + Hosting	Per Tahun	1	Rp. 2.000.000
2	VPS	Per Tahun	1	Rp. 15.840.000
Total				Rp. 17.840.000
Pengeluaran Setiap Tahun				Rp. 56.840.000





BAB V

MANAJEMEN RISIKO

5.1 Analisis SWOT

A. Kekuatan (Strength)

Kartasemar memiliki keunggulan dibanding aplikasi website penjualan kerajinan tangan lainnya, dimana aplikasi website ini secara khusus memberikan informasi mengenai penjualan kerajinan tangan di Kota Semarang yang bernama Kartasemar. Berikut beberapa keunggulan dari aplikasi website Kartasemar:

- a. Terdapat fitur “Hubungi Penjual” dimana fitur/tautan tersebut diklik, maka pembeli akan langsung ter-direct untuk chatting ke nomor telepon atau nomor WhatsApp penjual.
- b. Aplikasi berbasis website yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- c. Form pendaftaran dilengkapi dengan sistem validasi saat penginputan data.
- d. Adanya fitur pencarian (search) data produk untuk memudahkan konsumen melakukan pencarian barang dengan cepat.
- e. Terdapat fitur komparasi harga produk antara kompetitor satu dengan kompetitor yang lainnya.

Beberapa keunggulan tersebut menjadi kekuatan Kartasemar dalam bersaing, karena pada aplikasi sejenis lainnya tidak ada.

B. Kelemahan (Weakness)

Berikut beberapa kelemahan dari aplikasi website Kartasemar, antara lain sebagai berikut:

- a. Harus menggunakan koneksi internet yang stabil. Kenyamanan penggunaan bergantung pada kestabilan koneksi internet yang dimiliki.
- b. Sumber daya pengrajin yang belum melek IT.
- c. Bisa terkena serangan hack dan spam data.

C. Peluang (Opportunity)

Berikut merupakan beberapa peluang yang didapatkan dari Kartasemar, antara lain:

- a. Kartasemar merupakan satu-satunya website penyedia layanan jual beli kerajinan tangan yang ada di Kota Semarang.
- b. Belum tersedianya platform yang memberikan informasi seputar pengrajin kerajinan tangan tradisional di Kota Semarang.
- c. Di platform nasional penjualan kerajinan masih belum terlalu populer.

Dari peluang diatas, kami yakin bahwa website yang kami bangun ini mendapat dukungan positif dari masyarakat dan para pelaku kerajinan tangan tradisional.



D. Ancaman (Threat)

Berikut ini beberapa ancaman dari aplikasi website Kartasemar, antara lain sebagai berikut:

- a. Ancaman dari Kartasemar adalah munculnya platform baru sejenis dengan fitur yang lebih lengkap, karena sampai saat ini belum ada aplikasi website sejenis yang fokus pada penjualan kerajinan tangan tradisional.
- b. Dengan adanya jaringan yang luas memungkinkan adanya platform yang lebih populer dan diterima baik oleh masyarakat sehingga platform yang sudah ada menjadi tidak berkembang dan akhirnya gulung tikar.





BAB VI

PROYEKSI KEBERHASILAN

6.1 Pendapatan Tahun Pertama

PERKIRAAN PENDAPATAN BULAN 1				
No	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH PENDAPATAN (Minggu)	TARIF/ 1 PEMASUKAN	PENDAPATAN/BULAN (Rp)
1	TRANSAKSI	4	Rp 1.000.000	Rp 16.000.000
2	IKLAN SLIDER	1	Rp 150.000	Rp 600.000
3	IKLAN BANNER	1	Rp 100.000	Rp 400.000
TOTAL				Rp 17.000.000
TOTAL 10% TRANSAKSI				Rp 1.600.000
TOTAL PENDAPATAN KARTASEMAR				Rp 2.600.000
* ASUMSI TERJADI 4 TRANSAKSI DAN 1 PENGIKLANAN PERMINGGU MENGGUNAKAN LAYANAN KARTASEMAR				Rp 14.400.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 2 BULAN BERIKUTNYA				
No	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH TRANSAKSI (Minggu)	TARIF	PENDAPATAN/BULAN (Rp)
1	TRANSAKSI	8	Rp 1.000.000	Rp 64.000.000
2	IKLAN SLIDER	1	Rp 150.000	Rp 1.200.000
3	IKLAN BANNER	1	Rp 100.000	Rp 800.000
TOTAL				Rp 66.000.000
TOTAL 10% TRANSAKSI				Rp 6.400.000
TOTAL PENDAPATAN KARTASEMAR				Rp 8.000.000
* ASUMSI TERJADI PENAMBAHAN 4 TRANSAKSI DAN 1 PENGIKLANAN PERMINGGU MENGGUNAKAN LAYANAN KARTASEMAR				Rp 58.000.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
No	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH TRANSAKSI (Minggu)	TARIF	PENDAPATAN/BULAN (Rp)
1	TRANSAKSI	12	Rp 1.000.000	Rp 144.000.000
2	IKLAN SLIDER	1	Rp 150.000	Rp 1.800.000
3	IKLAN BANNER	1	Rp 100.000	Rp 1.200.000
TOTAL				Rp 147.000.000
TOTAL 10% TRANSAKSI				Rp 14.400.000
TOTAL PENDAPATAN KARTASEMAR				Rp 17.400.000
* ASUMSI TERJADI PENAMBAHAN 4 TRANSAKSI DAN 1 PENGIKLANAN PERMINGGU MENGGUNAKAN LAYANAN KARTASEMAR				Rp 129.600.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
No	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH TRANSAKSI (Minggu)	TARIF	PENDAPATAN/BULAN (Rp)
1	TRANSAKSI	16	Rp 1.000.000	Rp 192.000.000
2	IKLAN SLIDER	1	Rp 150.000	Rp 1.800.000
3	IKLAN BANNER	1	Rp 100.000	Rp 1.200.000
TOTAL				Rp 195.000.000
TOTAL 10% TRANSAKSI				Rp 19.200.000
TOTAL PENDAPATAN KARTASEMAR				Rp 22.200.000
* ASUMSI TERJADI PENAMBAHAN 4 TRANSAKSI DAN 1 PENGIKLANAN PERMINGGU MENGGUNAKAN LAYANAN KARTASEMAR				Rp 172.800.000

PERKIRAAN PENDAPATAN 3 BULAN BERIKUTNYA				
No	NAMA PEMASUKAN	JUMLAH TRANSAKSI (Minggu)	TARIF	PENDAPATAN/BULAN (Rp)
1	TRANSAKSI	20	Rp 1.000.000	Rp 240.000.000
2	IKLAN SLIDER	1	Rp 150.000	Rp 1.800.000
3	IKLAN BANNER	1	Rp 100.000	Rp 1.200.000
TOTAL				Rp 243.000.000
TOTAL 10% TRANSAKSI				Rp 24.000.000
TOTAL PENDAPATAN KARTASEMAR				Rp 27.000.000
* ASUMSI TERJADI PENAMBAHAN 4 TRANSAKSI DAN 1 PENGIKLANAN PERMINGGU MENGGUNAKAN LAYANAN KARTASEMAR				Rp 216.000.000





6.2 Kondisi Optimis Tahun Pertama

ALIRAN DANA KARTASEMAR SELAMA 5 BULAN

OKTOBER 2020 s/d SEPTEMBER 2021

	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
PENERIMAAN KAS						
PENDAPATAN PERBULAN	Rp 2.600.000	Rp 3.200.000	Rp 3.200.000	Rp 5.800.000	Rp 5.800.000	Rp 5.800.000
LAIN-LAIN						
TOTAL PENERIMAAN KAS	Rp 2.600.000	Rp 3.200.000	Rp 3.200.000	Rp 5.800.000	Rp 5.800.000	Rp 5.800.000
PENGELUARAN KAS						
BAYAR MODAL AWAL	TERHUTANG	TERHUTANG	TERHUTANG	Rp 2.000.000	Rp 2.840.000	Rp 2.000.000
PENGEMBANGAN APPS	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000
MAINTENANCE	-	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
PROMOSI	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
INTERNET	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
LAIN-LAIN	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000
TOTAL PEMBAYARAN KAS	Rp 2.250.000	Rp 3.250.000	Rp 3.250.000	Rp 5.250.000	Rp 6.090.000	Rp 5.250.000
SALDO AKHIR TAHUN						
SISA HUTANG MODAL	Rp 20.840.000	Rp 20.840.000	Rp 20.840.000	Rp 18.840.000	Rp 16.000.000	Rp 14.000.000
KAS	Rp 350.000	Rp 300.000	Rp 250.000	Rp 800.000	Rp 510.000	Rp 1.060.000

April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Rp 7.400.000	Rp 7.400.000	Rp 7.400.000	Rp 9.000.000	Rp 9.000.000	Rp 9.000.000
Rp 7.400.000	Rp 7.400.000	Rp 7.400.000	Rp 9.000.000	Rp 9.000.000	Rp 9.000.000
Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 2.000.000	-	-
Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000
Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 300.000
Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000
Rp 7.250.000	Rp 7.250.000	Rp 7.500.000	Rp 5.250.000	Rp 3.250.000	Rp 3.250.000
Rp 10.000.000	Rp 6.000.000	Rp 2.000.000	-	LUNAS	LUNAS
Rp 1.210.000	Rp 1.360.000	Rp 1.510.000	Rp 5.260.000	Rp 11.010.000	Rp 16.760.000

*KETERANGAN:

Diatas merupakan gambaran cashflow kondisi optimis selama 5 bulan, pada bulan ke sepuluh sisa hutang modal lunas, pada bulan ke sebelas sudah mulai mendapatkan pendapatan bersih.

