

A circular logo made of watercolor brushstrokes in a rainbow gradient, transitioning from pink at the top, through yellow, green, and finally purple at the bottom. The logo is centered on a white background.

DORADUSH

B A G S

M Hanif R (CEO)

Reiza Amin
(CMO)

Aditya
Ridwan(COO)

Riswan
Roy(CFO)

Doradush Bag

The Only Bag you will Need

Tas merupakan sebuah produk yang hampir semua orang miliki dari waktu ke waktu. Tas yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat adalah ransel, slingbag, tas laptop, kemudian tas kamera, dan seterusnya. Oleh karena itu, Doradush menciptakan ransel (*backpack*) dengan konsep *Adjustbale* yang memungkinkan penggunaanya menyesuaikan tasnya dengan bawaan yang dibutuhkan untuk keperluannya (misalnya ke sekolah, dimana dia tidak membutuhkan untuk membawa kamera SLR dan laptop), maka pengguna cukup menanggalkan bagian tas yang didesain untuk kamera dan laptop tersebut. Hal ini lah yang membuat Doradush menjadi produk tas yang serbaguna (dapat digunakan untuk berbagai aktivitas berbeda) dan tidak membuat jenuh penggunaanya karena setiap bagian tas memiliki desain yang berbeda-beda, dan dapat dipadukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pemiliknya sehingga membuat penggunaanya seolah-olah terlihat memiliki banyak model tas.

Doradush adalah nama produk yang kami pilih, berawal dari Bahasa sansekerta yakni *doradasih* yang bila diartikan ke Bahasa Indonesia adalah seperti didalam mimpi, tas ini merupakan tas yang berasal dari khayalan kami dan ingin kami wujudkan agar bisa dinikmati oleh seeluruh masyarakat Indonesia.

Situation Analysis

Ada berbagai macam ransel di dunia ini dengan berbagai ukuran dan juga berbagai fungsi. Tetapi terkadang sangat sulit untuk menemukan sebuah ransel yang sesuai dengan kebutuhan dan selera kita terutama pelajar yang memiliki berbagai aktivitas .

Misalnya seorang pelajar yang mengikuti eskul fotografi disekolahnya atau menjadi panitia bagian dokumentasi dan desain yang membuat dia terkadang harus membawa kamera ke sekolah. Karena terkadang dia harus membawa kamera menyisakan dua pilihan untuknya dalam membeli tas , yaitu membeli tas yang sangat besar agar cukup jika kadang kadang membawa kamera , tetapi terlalu besar jika hari hari biasa , atau membeli ransel dengan ukuran sedang dan tas kamera yang terpisah yang rata rata orang indonesia memaksakan hanya menggunakan 1 ransel ketimbang harus membawa dua duanya karena ketidaknyamanan, tetapi dengan hanya menggunakan satu ransel membuat barang bawaan yang dapat dibawa terbatas.

Tetapi sekarang tidak demikian , karena kami Dream&Act telah menciptakan pilihan lainnya yaitu produk *Doradush*. Doradush adalah sebuah prduk *adjustable* bag dengan konsep *modular* yang membuat pengguna tas dapat membawa yang ia butuhkan sehingga tas dapat mengikuti kebutuhan pengguna bukan yang seperti selama ini terjadi yaitu pengguna yang mengikuti

Fun FACT

- 100% responden mengetahui apa itu sebuah ransel
- 93% responden memiliki sebuah backpack:
- 53% responden menyatakan ketidakpuasannya terhadap tas *backpack* yang telah ada.
- Responden menginginkan tas *backpack* tahan lama (1-5 tahun).
- Responden menginginkan tas *backpack* yang ergonomis tetap bergaya *trendy* (sesuai keinginan pasar).
- Responden menginginkan pengembangan produk *backpack* untuk yang sesuai dengan responden mayoritas yaitu pelajar, mahasiswa, dan eksekutif muda.
- Responden menginginkan harga kompetitif dengan kualitas yang optimal

Suvey dilakukan oleh Nataya CR, DKK dalam Jurnalnya yang berjudul "identifikasi kebutuhan pelanggan dalam perancangan dan pengembangan konsep tas backpack yang ergonomis dan multifungsi"

The Potensial

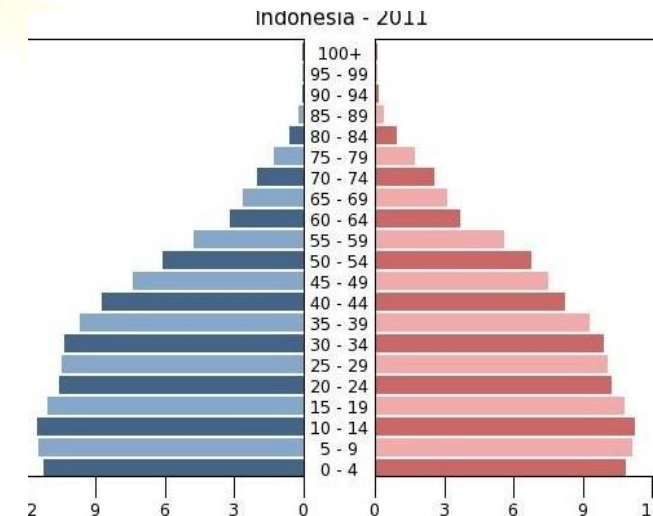
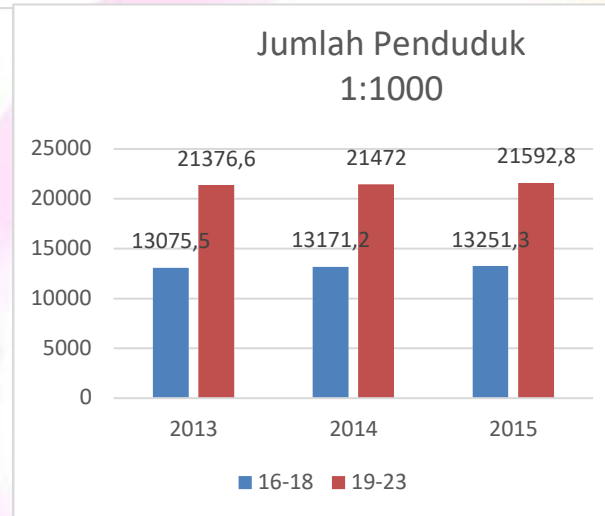
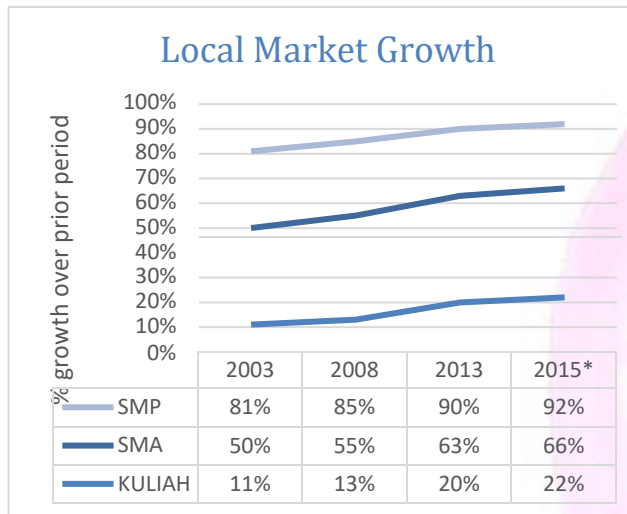
Kami melihat bahwa masalah yang kami selesaikan bisa digunakan oleh berbagai macam kalangan, dari mulai anak-anak sampai hingga lanjut usia, kami bisa mengatakan demikian, karena produk kami merupakan produk yang *adjustable* atau bisa disesuaikan dengan kebutuhan.

Meskipun begitu, kami untuk saat ini ingin memfokuskan untuk menggarap pasar di Jakarta dahulu dan dari umur 18-29, yang dapat dirangkum dalam tabel di bawah ini:

Population	Market Size	Target Market	Market Value
2.371.125	1.896.900	94.845	Rp 85 Billion
Age between 18-29 in Jakarta	80% from population	5% from market size	

Dari tabel ini kita bisa melihat bahwa, kami hanya mengambil 5% dari total market yang ada di Jakarta, dan apabila dikalikan dengan harga rata-rata tas, maka kami memiliki pasar yang bernilai 85 Miliar rupiah, dan ini hanya di Jakarta saja.

Selanjutnya apabila mengambil segmen yang lain yakni segmen remaja yang masih sekolah, maka kami memiliki pasar yang lebih besar lagi. Bisa dilihat piramida penduduk indonesia yang berbentuk limas atau yang berarti penduduk usia muda masih berjumlah banyak. Selain itu peningkatan tingkat partisipasi sekolah di Indonesia berkembang dengan sangat tinggi terutama di Sekolah Menengah Atas



Melihat potesial market ini, kami yakin, meskipun dari perlahan 5% dijakarta, kami akan sukses kedepannya karna kami memiliki sangat banyak amat ruang untuk berkembang.

Porter's 5 Forces Model



ASPEK PEMASARAN

Segmentasi Pasar

Kami melakukan segmentasi pasar berdasarkan aspek demografis, geografis, dan aspek psikografis yang kami rasa cocok untuk produk kami yang merupakan produk *lifestyle*.

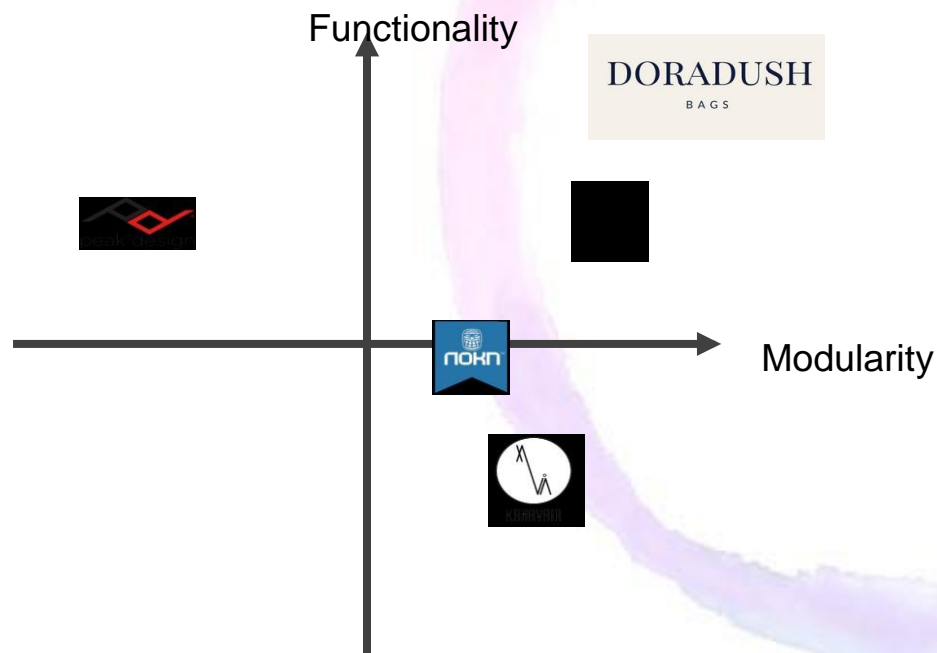
Demografis	Geografis	Psikografis
<ul style="list-style-type: none">a. Kids, 10-15 tahunb. Early Adolescent, 15-18 tahunc. Late Adolescent, 18-24 tahund. Early Adult, 24-35 tahune. Adult, 35-50 tahunf. Mature, >50 tahun	<ul style="list-style-type: none">a. Urban : Penduduk yang tinggal di daerah perkotaan besarb. Suburban : Penduduk yang tinggal di daerah kota satelit atau kota-kota lain di sekitar kota besar maupun kota di daerahc. Rural : Penduduk yang tinggal di daerah pedesaan dan jauh dari kehidupan perkotaan	<p>Kelas Sosial-Ekonomi :</p> <ul style="list-style-type: none">a. Upper Class : Masyarakat yang telah lama kaya misalnya bangsawan dan pejabatb. Upper-Middle Class : Kalangan Profesional dan Pengusahac. Middle Class : Kaum semi-profesional, pegawai pemerintahan, pengusaha barud. Lower-Middle Class : Pekerja teknis

Targeting

Kami melakukan evaluasi dan akhirnya menargetkan konsumen pada segmen yang kami rasa paling sesuai dan menguntungkan bagi bisnis kami, yaitu:

Konsumen dengan kategori usia Early Adolescent, Late Adolescent, dan Early Adult yang tinggal di daerah Urban, yang termasuk kelas sosial Upper-Middle Class dan Middle Class serta, yang termasuk kelas sosial Upper-Middle Class dan Middle Class.

Positioning



Maka, berdasarkan kekuatan brand yang dimiliki DORADUSH sebagai tas yang multifungsi dan modular, kami menetapkan positioning DORADUSH sebagai:

"The only bag that you need in every activities"

Positioning ini berusaha mendorong keunggulan produk kami serta menciptakan diferensiasi yang kuat dibanding produk kompetitor. Positioning ini juga menjadi arahan bagi DORADUSH untuk seluruh kegiatan bisnisnya.

Product

Produk kami merupakan tas yang memiliki fungsi yang beragam sehingga dapat digunakan dalam segala kegiatan. Selain mempunyai fungsi yang beragam, produk yang kami tawarkan juga merupakan tas yang modular sehingga setiap part dari tas dapat diganti sesuai dengan kebutuhan konsumen (seperti tas laptop, tas kamera, tas traveling, dll). Tas tersebut memiliki bagian-bagian yang terspesifikasi sesuai dengan fungsi yang dibutuhkan. Sebagai tas yang fungsional dan modular, DORADUSH menawarkan beberapa fitur mencakup :

- Customized part: Module yang digunakan pada tas dapat diganti-ganti sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan pilihan warna yang sesuai keinginan.
- Customized strap: strap yang digunakan pada tas dapat diganti-ganti sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan pilihan warna yang sesuai keinginan.



Price

Dalam menetapkan harga, kami mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga yang ditawarkan oleh competitor, biaya produk, serta value yang kami tawarkan terkait produk kami yaitu sebagai berikut :

Backpack Base	Rp 400,000.00
The Daily Module	Rp 350,000.00
The Camera Module	Rp 400,000.00
Sling bag module	Rp 300,000.00
Pocket bag	Rp 150,000.00
Messenger Bag	Rp 650,000.00

Place

Produk kami dijual secara online dan offline. Untuk penjualan secara online kami memiliki website kami sendiri dan juga contact person melalui media sosial untuk melakukan pembelian produk langsung kepada kami. Sedangkan untuk penjualan secara offline kami akan menjual produk kami melalui *official store* dan *channel* yaitu retailer yang menjual produk *fashion lifestyle* dan *stationery* sesuai dengan target pasar kami, contohnya Metro dan Gramedia. Secara Offline dalam lima tahun kedepan, produk kami akan didistribusikan ke dua kota besar di Indonesia yaitu Jakarta dan Bandung.

Promotion



Brand Ambassador : Annual brand ambassador

Sebagai sarana promosi produk kami, kami menggunakan *brand ambassador* yang karakternya sesuai dengan DORADUSH agar komunikasi DORADUSH terhadap target pasarnya lebih mudah di sampaikan dan positioning DORADUSH lebih tertangkap oleh user. Dalam penetapannya setiap *brand ambassador* akan merepresentasikan setiap produk berbeda yang akan kami keluarkan setiap tahunnya. Dengan alasan itu, DORADUSH menggunakan beberapa *brand ambassador* yang dinilai memiliki imej yang sesuai dengan *targeting* konsumen kami. Pada tahun ketiga kami menggunakan dua orang brand ambassador dikarenakan pembukaan *physical store* pada tahun tersebut sehingga memerlukan promosi yang lebih dari biasanya.

Online Media

Optimalisasi media online ini dilakukan menggunakan beberapa cara, yaitu:

a. Website dan Social Media

DORADUSH akan membuat website dan social medianya sendiri untuk berkomunikasi dengan target pasar. Melalui website dan social media, DORADUSH akan menyampaikan materi-materi berupa User Guidance atau optimisasi penggunaan perangkat, info-info menarik berupa fakta-fakta dan keseharian pengguna DORADUSH serta informasi acara yang dibuat oleh DORADUSH. Selain itu konsumen bisa membeli product DORADUSH secara langsung, bertanya, menyampaikan keluhan serta apapun yang berhubungan langsung dengan manajemen DORADUSH.

b. Social media ads.

Iklan yang dibuat oleh DORADUSH ada yang bersifat *commercial video dan banner ads*. Iklan berbentuk *commercial video* akan diletakkan pada *instagram ads* pada *homepage*, *youtube ads video* yang biasanya dimainakn sebelum video dimulai, dan *google ads* berupa *banner* pada website-website tertentu.

c. Media Buzzer and Social Media Endorser

Kami sadar sebagai merek baru, *awareness* yang bisa dibangun dari social media kami sendiri tidaklah kuat, maka untuk mengoptimalkan potensi dari media online kami menggunakan media buzzer yaitu brand ambassador kami dan para endorser seperti selebgram, selebtube, dan social media lain yang memiliki banyak followers sesuai target market dari DORADUSH. Media buzzer ini sangat berguna untuk memperkuat *brand identity* DORADUSH dan meningkatkan *brand awareness* terhadap DORADUSH.

Offline Media

Selain *media online*, *media offline* masih diperlukan untuk menciptakan ikatan (*engagement*) yang kuat dengan konsumen serta mendorong loyalitas dari konsumen. Beberapa cara yang kami gunakan melalui *media offline* ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. *Loyalty Program*, diarahkan untuk menciptakan ikatan jangka panjang dengan konsumen serta mendorong loyalitas konsumen.
 - i. *Lifetime warranty*: Merupakan bentuk garansi seumur hidup produk-produk DORADUSH berupa penggantian part-part tertentu jika ditemukan rusak.
 - ii. *Merchandise* :
 - 1. *Customer Reward* program, diberikan bagi konsumen yang membeli produk DORADUSH dengan jumlah tertentu.
 - 2. Surprise Gift, hadiah yang diberikan secara acak kepada pembeli DORADUSH pada hari-hari special yang ditentukan oleh DORADUSH.
- b. *Event and Sponsorship*

DORADUSH akan terlibat dalam acara yang sesuai dengan *target market* kami baik dengan membuat acara sendiri maupun terlibat dalam acara lain sebagai *sponsor in-kind*. *Event* dilaksanakan saat *launching* pertama kali maupun saat *launching* produk baru untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk DORADUSH. Sebagai *sponsor in-kind*, DORADUSH akan memberikan insentif berupa uang maupun produk DORADUSH gratis sebagai kompensasi promosi produk di acara tersebut. Acara yang dipilih akan bertemakan *youth* yang melibatkan banyak *audience*.

- c. *Ads*

Iklan yang dibuat oleh DORADUSH ada yang bersifat *printed* maupun *commercial video*. *Printed advertisement* berupa x-banner dan brosur yang diletakkan pada *retailer-retailer*.

Aspek Operasi



Proses bisnis yang dilakukan oleh Doradush diawali dengan mengembangkan konsep produk yang dilakukan oleh divisi *research and development* dengan mengutamakan konsep modularitas yang tinggi, kualitas yang tinggi dengan menggunakan bahan dengan kualitas terbaik serta design yang menarik. Setelah membuat desain, maka dilanjutkan dengan membuat *prototype* dari produk tersebut sesuai dengan desain yang sudah ada.

Setelah *prototype* sudah selesai dan disetujui, divisi *procurement* akan mencari pihak ketiga yaitu *vendor* yang sesuai untuk memproduksi dengan kriteria yang sesuai dengan desain awal. Divisi *procurement* akan bernegosiasi dan membuat perjanjian kerjasama antara Doradush dengan *vendor* tersebut untuk memproduksi barang Doradush dengan spesifikasi yang ditentukan dan durasi yang sudah ditentukan pula.

Produk yang sudah diproduksi dikirim ke gudang yang akan dilanjutkan dengan pengecekan kualitas oleh divisi *distribution*. Setelah itu produk Doradush akan dikemas dengan *packaging* yang ditentukan. Produk yang sudah siap untuk dikirim akan didistribusikan ke pihak-pihak yang bekerjasama dengan Doradush. Divisi *distribution* akan mencari pihak ketiga yaitu jasa kurir untuk melakukan pengiriman produk Doradush ke pihak-pihak tersebut. Produk akan dipajang di *retailer* dan *marketplace* yang sudah bekerjasama dengan Doradush

Lokasi dan Spesifikasi Kantor dan Gudang



Kami membutuhkan sebuah ruko untuk dijadikan kantor dan gudang untuk produk kami. Setelah melakukan pencarian di sebuah portal properti, kami menentukan tempat sebagai kantor dan gudang kami, yaitu:

Gedung ini berlokasi di Mampang Prapatan, Jakarta Selatan dengan luas tanah 80 m², luas bangunan 300 m² dan memiliki 3,5 lantai. Gedung ini memiliki fasilitas parkir dan berdaya listrik sebesar 6600 watt.

Pada tahun ketiga, kami berencana untuk membuka 2 *offline store* untuk menambah penjualan produk-produk kami. *Store* tersebut akan berlokasi di daerah Jakarta dan Bandung.

Store di Jakarta



Store pertama terletak di daerah kemang, Jakarta. Ruko ini memiliki luas tanah sebesar 250 m² dan luas bangunan sebesar 300 m² yang terdiri dari 2 lantai. Ruko ini memiliki fasilitas *parking lot* yang luas dan berada di daerah strategis.

Store di Bandung

Store kedua terletak di daerah Riau, Bandung. Ruko ini memiliki luas tanah sebesar 90 m² dan luas bangunan sebesar 275 m² yang terdiri dari 3,5 lantai. Ruko ini memiliki fasilitas seperti kapasitas listrik sebesar 2200 watt, *parking lot*, saluran ac dan telepon.



Main Product and Services

Doradush bag

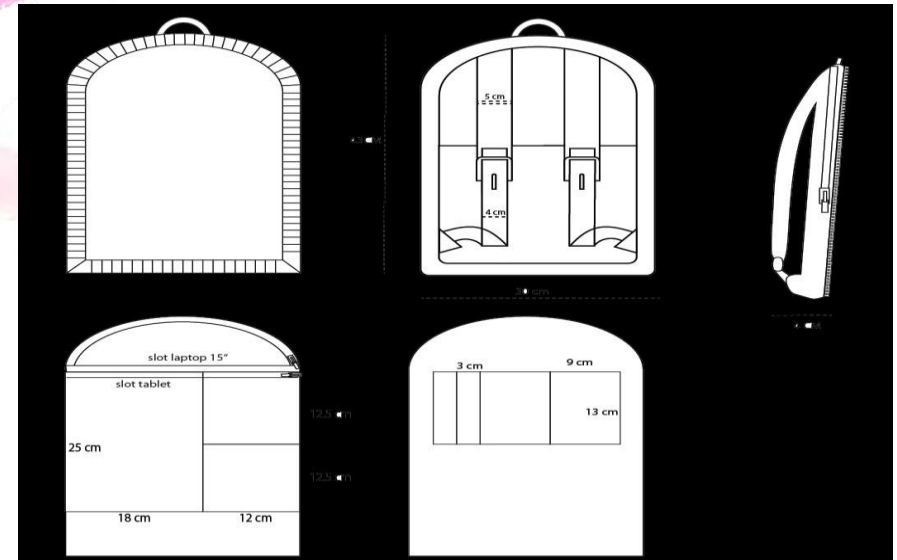
Ransel adalah sebuah benda yang digunakan oleh semua orang dari berbagai kalangan. Mereka menggunakan ransel untuk berbagai tujuan seperti anak sekolah yang membawa peralatan sekolah mereka, orang kantoran yang membawa laptop dan berkas-berkas kantor, ataupun seorang fotografer yang membawa kamera beserta peralatan lain untuk pekerjaannya. Berdasarkan hal tersebut Kami tertarik untuk membuat sebuah tas yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan akan aktivitas konsumen.

Kami menciptakan sebuah tas dimana konsumen dapat mendesain tas yang sesuai dengan kebutuhannya. Kami menggunakan konsep modular terhadap produk tas kami sehingga tas kami dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya. Pada stage pertama dari produk kami, produk tas kami akan terdiri dari tiga modul, yaitu:

1. The Base and Laptop Module
2. The Daily Module
3. The Photographer Module

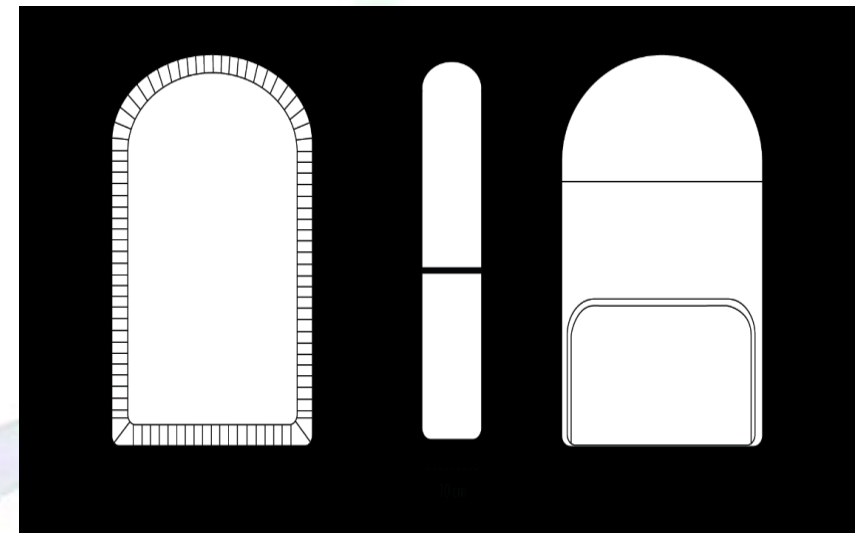
The Base and Laptop Module

Modul ini adalah modul pertama yang fungsinya untuk membawa barang-barang elektronik seperti laptop dan tablet beserta aksesoris lainnya seperti headset, kabel charger dan lain-lain. Modul ini dilengkapi dengan slot untuk laptop, slot untuk tablet, dan banyak slot untuk kebutuhan sehari-hari. Dikarenakan fungsinya hanya untuk membawa barang elektronik, maka modul ini memiliki ketebalan hanya 4 cm. selain itu modul ini dilindungi busa yang tebal untuk melindungi elektronik didalamnya. Berikut adalah design awal dari The Base and Laptop Module:



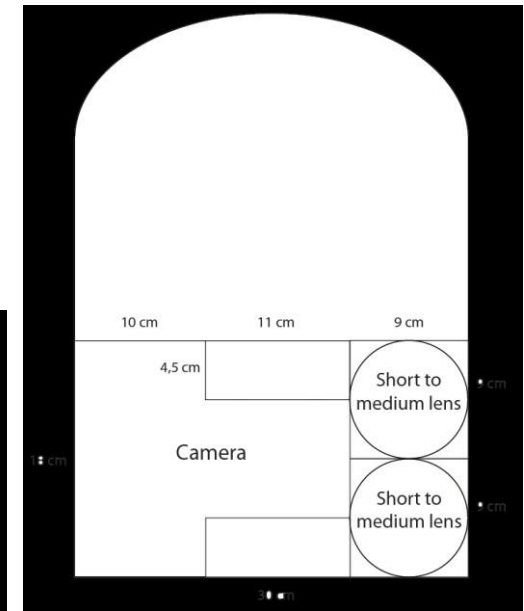
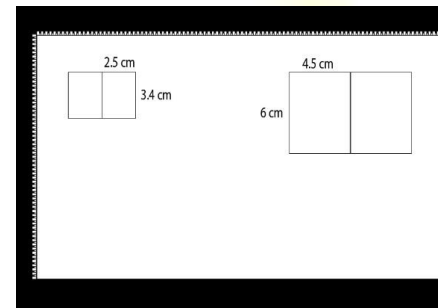
The Daily Module

Modul kedua berfungsi untuk memenuhi keperluan sehari-hari seperti barang-barang lain yang diperlukan untuk dapat melaksanakan kegiatan sehari penggunaannya.



The Camera Module

Modul ketiga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan untuk menyimpan kamera dan peralatan yang terkait seperti lensa dan baterai cadangan. Sesuai dengan gambar dibawah, modul ini dapat menyimpan satu kamera, 2 lensa pendek sampai sedang atau 1 lensa panjang, 2 baterai cadangan, 2 memori cadangan, dan ada tempat untuk peralatan lainnya seperti tempat *charge* baterai.



Supply Chain Management

- Procurement Management

Untuk memproduksi tas Doradush, kami akan bekerjasama dengan pihak ketiga yaitu *vendor* yang dapat memproduksi tas Doradush dengan spesifikasi yang ditentukan. Pemilihan *vendor* akan dilakukan oleh divisi *procurement* dengan kriteria tertentu dan akan melakukan perjanjian kerjasama dengan *vendor* tersebut agar dapat memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang dibuat.

Untuk perlengkapan lain seperti peralatan kantor menjadi tanggungjawab divisi *procurement* untuk memenuhi setiap kebutuhan perlengkapan dari divisi lain. Divisi *procurement* dapat mencari sendiri barang-barang yang dibutuhkan atau mencari pihak ketiga untuk memenuhi perlengkapan tersebut.

- Transportation Management

Transportasi yang dibutuhkan adalah untuk pengiriman barang dari *vendor* ke gudang dan dari gudang ke pihak ketiga yang bekerjasama dengan Doradush. Transportasi ini akan dipenuhi oleh pihak ketiga yaitu jasa pengiriman kurir dengan moda transportasi menyesuaikan dengan kebutuhan seperti jumlah barang yang dipindahkan dan waktu pengiriman yang bervariasi. Kami akan melakukan kerjasama dengan jasa pengiriman kurir tersebut agar dapat memastikan semua kebutuhan pemindahan barang dan mempermudah manajemen transportasi di Doradush.

- Inventory Management

Kami akan selalu mengusahakan agar persediaan yang ada di gudang Doradush dapat dibuat sedikit mungkin yaitu berupa jumlah *safety stock* yang harus kami miliki agar dapat dipastikan Doradush dapat memenuhi permintaan dari setiap *retailer*. Setelah *vendor* mengirimkan produk Doradush, maka secepat mungkin kami akan mendistribusikan produk tersebut ke masing-masing toko sesuai jadwal pemesanan masing-masing. Jumlah pemesanan ke *vendor* juga akan menyesuaikan dengan permintaan dari masing-masing *vendor* sehingga tidak ada persediaan selain untuk permintaan selama produksi selanjutnya dan *safety stock*.

PT Moikmo Opoi - Bandu

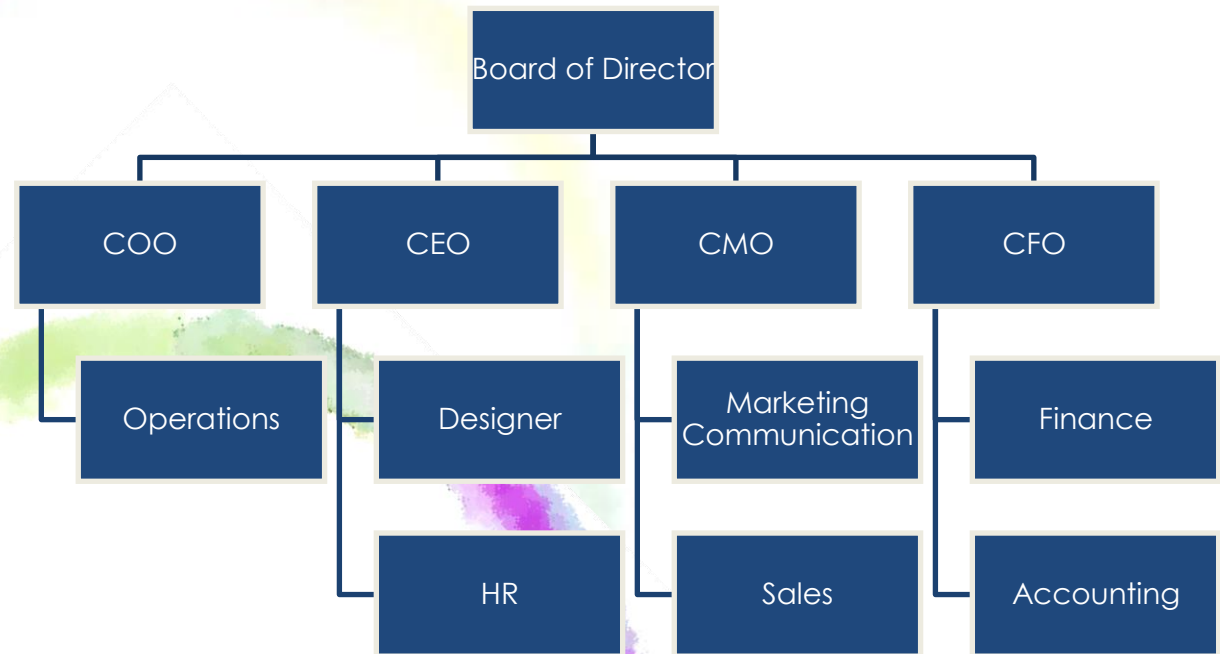


Aspek Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi

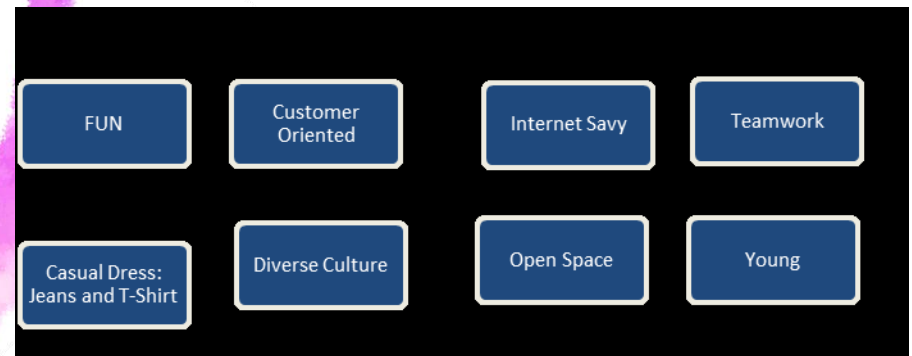
Kami menggunakan struktur organisasi yang flat, dimana kami membuat divisi seminimal mungkin, serta chain of command yang sederhana dimana masing masing *Top Management* di perusahaan memegang dua divisi, masing masing divisi akan terdiri dari tiga jabatan yakni ketua, wakil ketua dan staff, yang akan disesuaikan sesuai kebutuhan.

Struktur organisasi ini bersifat flexible dimana apabila diperlukan suatu divisi tambahan atau suatu pekerjaan, akan berintegrasi kepada dengan divisi terkait disesuaikan dengan fungsinya, contohnya di tahun ketiga doradush akan membuka toko, pada tahun tersebut diperlukan jabatan baru salah satunya kasir. Kasir ini dapat masuk ke divisi Sales.



Budaya

Budaya seringkali dilihat sebagai sesuatu yang sederhana dan disepelekan, padahal budaya memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan kemajuan dari suatu perusahaan, oleh Karena itu sejak awal berdiri kami ingin menanamkan budaya apa saja yang ada diperusahaan ini. Karena perusahaan ini bergerak di dalam industry creative, kami berusaha untuk membuat *culture* yang dapat mendorong para pekerja kami agar dapat bekerja seiiinovative mungkin. Dari hasil diskusi kami dan sumber sumber yang kami dapat, kami membagi culture kami sebagai berikut.



Rekrutmen

Karena menurut kami, sumber daya manusia merupakan, hal yang sangat penting maka kami sangat memperhatikan bagaimana proses kami merekrut, kami ingin orang orang yang bekerja dengan kami, sesuai dengan apa yang kami butuhkan, serta dapat membantu meningkatkan kinerja dari perusahaan.

Job Analysis

Kami sebagai para top management, pertama tama mendiskusikan, apa saja pekerjaan yang diperlukan oleh perusahaan, setelah itu kami menentukan jabatan jabatan apa yang perlu ada dan kami bagi kedalam delapan divisi.

Operations

Designer

Marketing
Communic
ation

Finance

Distribution

HR

Sales

Accounting

	Top Management			
	CEO	CFO	COO	CMO
Pekerjaan	<p>CEO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui overall situaiun 2. Memastikan divisi HR dan Desain berjalan baik 3. Memastikan culture berjalan diperusahaan 4. Memastikan overall sitation baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan divisi Finance dan Accounting berjalan baik 2. Memastikan culture berjalan diperusahaan 3. Memastikan situasi keuangan baik 4. Melaporkan kondisi keuangan ke CEO 5. Mengawasi penggunaan dana di perusahaan 6. Memastikan uang keluar pada tempatnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui overall Operationsituaiun 2. Memastikan divisi Operasi berjalan baik 3. Memastikan culture berjalan diperusahaan 4. Memastikan Kegiatan operasi berjalan efisien dan efektif 5. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan operasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui overall market situaiun 2. Memastikan divisi marcom dan sales berjalan baik 3. Memastikan culture berjalan diperusahaan 4. Memastika perencanaan pemasaran berjalan efektif dan efisien 5. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan pemasaran dan penjualan yang sudah dilakukan
Kriteria	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi
Proses Seleksi	Bepengalaman dalam top executif, legal dan disetujui board of director	Bepengalaman dalam top executif, legal dan disetujui board of director	Bepengalaman dalam top executif, legal dan disetujui board of director	Bepengalaman dalam top executif, legal dan disetujui board of director

	Operation Manager	Quality Control	Distribution	Operation Staff
Pekerjaan	a. Mencari dan negosiasi dengan vendor untuk memproduksi Prime b. Memastikan proses pengerjaan produk efektif dan efisien c. melaporkan kondisi operasi kepada coo	a. Memastikan bahwa barang yang dihasilkan oleh vendor sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan b. Melaporkan kualitas produk yang dihasilkan oleh vendor kepada operation manager	a. Merencanakan pengiriman dan penerimaann barang b. menentukan ekspedisi dan rute c. memastikan pengiriman dilakukan dengan tepat, efektif dan efisien	a. Mengecek pengiriman dan penerimaann barang b. melakukan ekspedisi sesiao rute c. mengecek pengiriman dilakukan dengan tepat
Kriteria	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi
Proses Seleksi	1. Seleksi dokumen 2. Wawancara 3. Disetujui Top management	1. Seleksi dokumen 2. Wawancara 3. Disetujui Top management	1. Seleksi dokumen 2. Wawancara 3. Disetujui Top management	1. Seleksi dokumen 2. Wawancara 3. Disetujui Top management

	Desain	
	Desainer	Web Desainer
Pekerjaan	1. Membuat desain produk 2. Mencari inovasi produk 3. Mencari trend yang baik 4. Memastikan desain sesuai dengan kebutuhan	1. Membuat desain web 2. Mencari inovasi web 3. Mencari trend yang baik 4. Memastikan desain sesuai dengan kebutuhan
Kriteria	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi

Proses Seleksi	1.Seleksi 2.Wawancara 3.Disetujui Top management dokumen	1.Seleksi 2.Wawancara 3.Disetujui Top management dokumen
----------------	--	--

	HR		
	HR Manager	HR Vice Manager	HR Staff
Pekerjaan	1. Merencanakan kenaikan gaji 2. Membuat konsep reward 3. Mencari outstanding talent 4. Memastikan pekerjaan sesuai dengan kebutuhan	1. Bersama manaagerMerencanakan kenaikan gaji 2. Membuat konsep reward 3. Mencari outstanding talent 4. Memastikan pekerjaan sesuai dengan kebutuhan	1. Menhitung payroll 2. Menginput performance appraisal 3. Mendaftarkan lowongan pekerjaan 4.Melapor kepada HR Manager
Kriteria	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi	Lolos Seleksi
Proses Seleksi	1.Seleksi 2.Wawancara 3.Disetujui Top management dokumen	1.Seleksi 2.Wawancara 3.Disetujui Top management dokumen	1.Seleksi 2.Wawancara 3.Disetujui Top management dokumen

Pengumuman Lapangan Pekerjaan

Karena kami merupakan perusahaan yang baru, maka kami pertama akan memasang iklan iklan di social media, kami juga akan mengikuti jobfest, dan tempat tempat yang akan dikunjungi para pekerja lainnya.

Selain itu kami juga melakukan talent scouting untuk mwncari talent talent yang berkulaitias terutama menggunakan media social Linkedn

JobStreet.com

LinkedIn

STUDENT JOB
START YOUR JOURNEY



Proses Seleksi

Seleksi Dokumen

Kami melakukan selaksi dokumen disesuaikan dengan kebutuhan divisinya dan disesuaikan dengan keinginan divisi tersebut, kami menggunakan system *kuota* dalam melakukan seleksi ini dimana berapapun dokumen yang masuk kami akan eliminasi menjadi 3kali lipat dari kebutuhan divisi tersebut.

Untuk penilaian dokumen sendiri terdiri dari beberapa kriteria yakni:

- 1.Kesesuaian isi dokumen dengan kebutuhan divisi(25)
- 2.Pengalaman pekerjaan/ Track record (50%)
- 3.Kemampuan akademis (25%)

Dokumen pun tidak selalu berbentuk CV tapi bisa disesuaikan dengan kebutuhan divisi, seperti *artwork* untuk desainer

CV Selection

Work Art Selection

Confirming the validity of the document

Interview

Kami melakukan interview, menjadi tiga segmen, Dalam interview ini semua pihak yang terlibat wajib hadir, termasuk dari top management. Dalam wawancara ini pertanyaan yang diajukan disesuaikan dengan jabatan yang akan ia isi dan disesuaikan dengan kebutuhan divisi tersebut.

Person Fit

Team Fit

Organisational Fit

Rewards

Kami memberikan reward kepada karyawan disesuaikan dengan kinerjanya mereka, kami selalu

Menaikan gaji karyawan dengan performa yang baik. Selain itu apa bila ada target target yang berhasil dilewati maka karyawan bisa mendapatkan bonus lainnya.

Selain itu kami juga mengadakan award tiap tahunnya, yang akan menjadi social recognition dari karyawan

Wages

Pass the goal target

Peer to Peer rewards

Excelence performance

Performance Appraisal

kami lakukan penilaian dari kinerja dan keseharian para pekerja. Kami melakukan sistem penilaian 360 Penilaian ini tidak hanya dilakukan oleh manajemen atas, tetapi juga dilakukan oleh sesama rekan kerja dengan harapan pegawai dapat menjaga kinerjanya dan hubungan dengan orang lain. Performance appraisal akan dilakukan sebanyak satu tahun sekali dan dijadikan dasar untuk menentukan besaran bonus yang akan diterima para pegawai.

360 Degree Review

Work Goal Evaluation

Peer to Peer

Pemberhentian Kerja

1. Bad performance
2. Bad attitude
3. Mencemarkan nama baik perusahaan
4. Melakukan sesuatu yang illegal

Aspek Finance

Aset tetap

Kami menempatkan investasi yang cukup besar dalam aset tetap sebagai penunjang operasional utama kami. Kami menggunakan metode garis lurus dengan mempertimbangkan umur ekonomis dan biaya pembelian sebagai acuannya.

Investasi Fixed Asset					
Uraian	Jumlah	(Rp) Satuan	Total	Umur Ekonomis	Depresiasi
Kantor dan Gudang			Rp4,900,000,000	20	Rp245,000,000
Peralatan kantor					
Microsoft Surface Pro 4 Notebook	13	Rp12,585,000	Rp163,605,000	5	Rp32,721,000
HP Notebook - 14-an017au	4	Rp3,399,000	Rp13,596,000	5	Rp2,719,200
Genset Krisbow 3500 watt	1	Rp5,800,000	Rp5,800,000	5	Rp1,160,000
Wallmount World Screen 70"	1	Rp450,000	Rp450,000	5	Rp90,000
Aviatech HDMI to VGA adapter	1	Rp75,000	Rp75,000	5	Rp15,000
Printer Epson L120	3	Rp1,580,000	Rp4,740,000	5	Rp948,000
Printer Kyocera Ecosys FS-1120 MFP	1	Rp4,340,000	Rp4,340,000	5	Rp868,000
Telepon Panasonic KX-TS505	16	Rp191,000	Rp3,056,000	5	Rp611,200
Samsung AC 1 PK AR09HCFLAW	8	Rp2,699,000	Rp21,592,000	5	Rp4,318,400
Biaya Instalasi					
Instalasi internet	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000		
Instalasi telepon	1	Rp250,000	Rp250,000		
Furniture dan Desain Interior Kantor	1	Rp200,000,000	Rp200,000,000	5	Rp40,000,000
Total			Rp5,319,004,000		Rp328,450,800

Initial Outlay

Biaya-biaya yang dikeluarkan sebelum Doradush beroperasi digambarkan melalui tabel Biaya Pra Operasi dibawah, Dana ini dikeluarkan sekali dan pembayarannya dilakukan dari penanaman modal masing-masing pemilik.

Biaya Pra Operasi		
Uraian	Rp(satuan)	Total
Biaya Investasi Fixed Asset		Rp 5,319,004,000
Biaya Pemesanan dan Penetapan Nama	Rp 400,000	Rp 400,000
Biaya Notaris (PT Menengah)	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000
Biaya Akta Pendirian	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
total	Rp 9,400,000	Rp 5,328,404,000
Estimasi Defisit		0
Initial Working Capital		720,000,000
Total Initial Outlay		Rp 6,048,404,000

Kami meyakini bahwa produk kami akan laku dipasaran sehingga tidak ada alokasi untuk estimasi defisit. Biaya Akta dan Biaya Notaris merupakan syarat legalitas dari pendirian badan usaha di Indonesia. Initial working capital adalah gambaran biaya pemasaran, operasional dan sumber daya manusia sebelum memasuki fase produksi atau fase operasi.

Working Capital

Berikut terlampir rincian biaya modal kerja Doradush selama 5 tahun pendiriannya (operasional, pemasaran dan SDM)

Biaya Operasional (dalam Rupiah)								
Uraian	Biaya bulanan	Kenaikan	Tahun					
			0	1	2	3	4	5
Biaya Maintenance FA	1,500,000	0.05	18,000,000	18,900,000	19,845,000	20,837,250	21,879,113	22,973,068
Biaya listrik, air, telepon, internet	8,000,000	0.05	96,000,000	100,800,000	105,840,000	111,132,000	116,688,600	122,523,030
Biaya transportasi	1,000,000	0.05	12,000,000	12,600,000	13,230,000	13,891,500	14,586,075	15,315,379
Biaya perlengkapan (ATK)	1,000,000	0.05	12,000,000	12,600,000	13,230,000	13,891,500	14,586,075	15,315,379
Biaya Sewa Toko						822,000,000	863,100,000	906,255,000
Total			138,000,000	144,900,000	152,145,000	981,752,250	1,030,839,863	1,082,381,856

Biaya SDM (dalam rupiah)						
Jabatan	Total Gaji					
	0	1	2	3	4	5
CEO	60,000,000	60,000,000	60,000,000	79,000,000	95,800,000	108,740,000
CFO	60,000,000	60,000,000	60,000,000	79,000,000	95,800,000	108,740,000
COO	60,000,000	60,000,000	60,000,000	79,000,000	95,800,000	108,740,000
CMO	60,000,000	60,000,000	60,000,000	79,000,000	95,800,000	108,740,000
Desainer	102,000,000	112,200,000	164,220,000	194,922,000	274,492,200	299,449,220
Finance Manager	54,000,000	59,400,000	59,940,000	68,994,000	74,399,400	79,439,940
Accounting Vice Manager	-	-	-	56,000,000	65,600,000	70,560,000
Finance Staff	-	-	-	98,000,000	114,800,000	116,480,000
Accounting Manager	54,000,000	59,400,000	59,940,000	68,994,000	74,399,400	79,439,940
Accounting Staff	-	-	-	98,000,000	114,800,000	168,980,000
HR Manager	-	-	54,000,000	68,400,000	74,340,000	79,434,000
HR Vice Manager	-	-	48,000,000	60,800,000	70,080,000	71,008,000
HR Staff	-	-	-	98,000,000	114,800,000	116,480,000
Marketing Manager	54,000,000	54,000,000	54,000,000	68,400,000	78,840,000	79,884,000
Sales Manager	-	-	48,000,000	60,800,000	66,080,000	70,608,000
PR Manager	-	-	48,000,000	60,800,000	66,080,000	70,608,000
Marketing Staff	-	-	-	98,000,000	114,800,000	116,480,000
PR Staff	-	-	-	98,000,000	167,300,000	174,230,000
Operation Manager	-	54,000,000	54,000,000	68,400,000	74,340,000	79,434,000
Quality Control	-	48,000,000	48,000,000	60,800,000	66,080,000	70,608,000
Distribution	-	-	-	56,000,000	65,600,000	70,560,000
Operation Staff	-	91,000,000	191,100,000	264,110,000	288,911,000	291,391,100
Web Designer	48,000,000	56,800,000	57,680,000	61,768,000	126,176,800	132,617,680
Receptionist	-	78,000,000	85,800,000	92,580,000	93,258,000	93,325,800
Satpam	-	78,000,000	124,800,000	138,480,000	139,848,000	139,984,800
Kasir	-	-	-	168,000,000	184,800,000	186,480,000
Total	552,000,000	930,800,000	1,337,480,000	2,424,248,000	2,893,024,800	3,092,442,480

Biaya Pemasaran (dalam rupiah)						
	Tahun					
	0	1	2	3	4	5
Online Media		179,850,000	175,350,000	235,350,000	175,350,000	175,350,000
Offline Media		345,000,000	280,000,000	360,000,000	230,000,000	250,000,000
Company Identity		59,000,000				
Product Development	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Research and Development	20,000,000	10,000,000	25,000,000	1,000,000	15,000,000	10,000,000
Total	30,000,000	603,850,000	490,350,000	606,350,000	430,350,000	445,350,000

Modal kerja keseluruhan dari setiap rincian biaya kami terlampir dibawah, peningkatan modal kerja per tahunnya disebabkan oleh terjadinya pengembangan bisnis dan kapasitas dalam rangka meningkatkan penjualan:

Total Working Capital							
Uraian	Tahun						
	0	1	2	3	4	5	
Total Biaya Marketing	30,000,000	603,850,000	490,350,000	606,350,000	430,350,000	445,350,000	
Total Biaya SDM	552,000,000	930,800,000	1,337,480,000	2,424,248,000	2,893,024,800	3,092,442,480	
Total biaya Operasional	138,000,000	144,900,000	152,145,000	981,752,250	1,030,839,863	1,082,381,856	
Total Working Capital	720,000,000	1,679,550,000	1,979,975,000	4,012,350,250	4,354,214,663	4,620,174,336	

PROYEKSI LABA-RUGI

Uraian		2018	2019	2020	2021	2022
Revenues		4.500.000.000	5.173.875.000	5.903.887.500	6.670.400.625	7.498.805.344
Biaya Produksi		450.000.000	517.387.500	590.388.750	667.040.063	769.632.511
Biaya Gaji		2.471.250.000	3.086.100.000	3.385.476.000	3.656.314.080	3.948.819.206
Biaya Administrasi (Operasi)		10.800.000	11.880.000	18.793.900	62.146.342	63.584.987
Biaya Pemasaran		547.850.000	477.150.000	584.350.000	400.350.000	420.350.000
Biaya Sewa		140.000.000	140.000.000	194.000.000	194.000.000	252.000.000
Biaya Penyusutan		0	0	0	0	0
Biaya Asuransi		0	0	0	0	0
Total Biaya Operasi		3.619.900.000	4.232.517.500	4.773.008.650	4.979.850.485	5.454.386.705
Laba Operasi		880.100.000	941.357.500	1.130.878.850	1.690.550.141	2.044.418.639
Biaya Bunga		0	480.000	418.132	349.396	279.084
Pendapatan (Biaya) Lain-lain		164.889.792	213.308.374	252.908.857	338.987.127	419.372.223
Laba Sebelum Pajak		1.044.989.792	1.154.185.874	1.383.369.575	2.029.187.871	2.463.511.777
Pajak	25,0%	261.247.448	288.546.469	345.842.394	507.296.968	615.877.944
Laba Bersih		783.742.344	865.639.406	1.037.527.181	1.521.890.904	1.847.633.833

Doradush memiliki beragam varian tas yang berupa modul sebagai penambah fungsi yang dibutuhkan oleh pelanggan kami. Kami menggunakan asumsi harga jual sama untuk setiap tahunnya, begitu juga COGS per satu unit. Kami menggunakan asumsi pajak 25% dan dikenakan pada saat perusahaan menerima keuntungan dari penjualan.

Ratio Keuangan

RASIO KEUANGAN

	2018	2019	2020	2021	2022	Keterangan
Current ratio	426,84	601,56	894,34	1.478,36	2.829,18	
Average collection period	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	total piutang
Average collection period	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	piutang baru
Average payment period	32,3	31,2	31,4	29,8	29,6	total utang
Average payment period	32,3	31,2	31,4	29,8	29,6	utang baru
Working capital turnover	1,10	1,03	0,96	0,85	0,76	
Fixed asset turnover	0,61	0,71	0,80	0,91	1,02	
Total asset turnover	0,39	0,42	0,44	0,44	0,44	
Interest coverage ratio	0,00	1.961,16	2.704,60	4.838,49	7.325,45	
Debt to equity ratio	5,4%	5,6%	5,9%	6,4%	6,5%	
Debt ratio	5,1%	5,3%	5,6%	6,0%	6,1%	
Return on assets	7,7%	7,6%	8,4%	11,1%	11,9%	
Return on equity	7,2%	7,4%	8,1%	10,7%	11,5%	
Profit margin	17,4%	16,7%	17,6%	22,8%	24,6%	

PROYEKSI NERACA

Uraian	2017	2018	2019	2020	2021	2022
HARTA						
HARTA LANCAR						
Kas		3.297.795.833	4.266.167.486	5.058.177.142	6.779.742.547	8.387.444.452
Piutang Usaha		375.000.000	431.156.250	491.990.625	555.866.719	624.900.445
Piutang Lain-lain		0	0	0	0	0
Biaya dibayar dimuka		260.000.000	120.000.000	366.000.000	172.000.000	400.000.000
Pendapatan ymh diterima		164.889.792	213.308.374	252.908.857	338.987.127	419.372.223
Harta Lancar Lain-lain		0	0	0	0	0
Total Harta Lancar	0	4.097.685.625	5.030.632.110	6.169.076.624	7.846.596.393	9.831.717.120
HARTA TETAP						
Harta Tetap	7.319.504.000	7.335.504.000	7.336.504.000	7.337.504.000	7.338.504.000	7.339.504.000
Akumulasi Biaya Penyusutan	0	0	0	0	0	0
Total Harta Tetap (Net)	7.319.504.000	7.335.504.000	7.336.504.000	7.337.504.000	7.338.504.000	7.339.504.000
Harta Lain-lain		0	0	0	0	0
Total Harta	7.319.504.000	11.433.189.625	12.367.136.110	13.506.580.624	15.185.100.393	17.171.221.120
KEWAJIBAN DAN EKUITAS						
KEWAJIBAN LANCAR						
Utang Usaha		312.695.833	354.441.250	399.977.371	396.241.940	427.430.392
Utang Lain-lain		0	0	0	0	0
Utang Pajak		261.247.44	288.546.46	345.842.39	507.296.96	615.877.94

..

				8	9	4	8	4
Total Kewajiban Lancar	0	573.943.28	642.987.71	745.819.76	903.538.90	1.043.308.336		
KEWAJIBAN TIDAK LANCAR								
Pinjaman Jangka Panjang		0	0	0	0	0		
Pinjaman Jk Panjang Lain-lain		0	0	0	0	0		
Pinjaman Baru		9.600.000	8.362.642	6.897.929	5.307.651	3.475.116		
Total Kewajiban Tidak Lancar	0	9.600.000	8.362.642	6.897.929	5.307.651	3.475.116		
Total Kewajiban	0	583.543.28	651.350.36	752.717.69	908.846.559	1.046.783.453		
EKUITAS								
Modal Disetor	7.319.504.000	10.065.904.000	10.066.404.000	10.066.954.000	10.067.454.000	10.068.004.000		
Laba ditahan		0	783.742.344	1.649.381.749	2.686.908.931	4.208.799.834		
Laba tahun berjalan		783.742.344	865.639.406	1.037.527.181	1.521.890.904	1.847.633.833		
Total Ekuitas	7.319.504.000	10.849.646.344	11.715.785.749	12.753.862.931	14.276.253.834	16.124.437.667		
Total Kewajiban dan Ekuitas	7.319.504.000	11.433.189.625	12.367.136.110	13.506.580.624	15.185.100.393	17.171.221.120		
Cek	0	0	0	0	0	0		

NPV, IRR

Uraian		2017	2018	2019	2020	2021	2022
EBIT			880.100.000	941.357.500	1.130.878.850	1.690.550.141	2.044.418.639
Capex		7.319.504.000	16.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Working Capital							
Operating Current Assets		0	635.000.000	551.156.250	857.990.625	727.866.719	1.024.900.445
Operating Current Liabilities		0	573.943.281	642.987.719	745.819.765	903.538.908	1.043.308.336

..

Net Working Capital		0	61.056.719	-91.831.469	112.170.860	-175.672.189	-18.407.891
Incremental Net Working Capital		0	61.056.719	-152.888.187	204.002.329	-287.843.049	157.264.298
CASH INFLOW							
EBIT (1-t)			660.075.000	706.018.125	848.159.138	1.267.912.605	1.533.313.979
Depreciation Expense			0	0	0	0	0
Salvage Value : Fixed Assets							7.339.504.000
Salvage Value: Net Working Capital							-18.407.891
Total Cash inflow		0	660.075.000	706.018.125	848.159.138	1.267.912.605	8.854.410.088
CASH OUTFLOW							
Capex		7.319.504.000	16.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Incremental Net Working Capital			61.056.719	-152.888.187	204.002.329	-287.843.049	157.264.298
Total Cash Outflow		7.319.504.000	77.056.719	-151.888.187	205.002.329	-286.843.049	158.264.298
NET CASH FLOW		-7.319.504.000	583.018.281	857.906.312	643.156.809	1.554.755.655	8.696.145.791
		0	1	2	3	4	5
PVIF	12,0%	1,0000	0,8929	0,7972	0,7118	0,6355	0,5674
PV		-7.319.504.000	520.552.037	683.917.660	457.786.313	988.075.326	4.934.426.663
NPV	265.253.998						
IRR	12,95%						

NET CASH FLOW		-7.319.504.000	583.018.281	857.906.312	643.156.809	1.554.755.655	8.696.145.791
PVIF	13,0%	1,0000	0,8853	0,7838	0,6939	0,6143	0,5439
PV		-7.319.504.000	516.155.443	672.413.680	446.284.586	955.114.633	4.729.535.659
NPV	0						

