



PROJECT PROPOSAL

Bagaimana.co

Mandiri Young Technopreneur 2012
Kategori : Sistem Informasi



Executive Summary

Wpcreative menjalankan bisnis konten online yang diberi nama "Bagaimana.co", website ini adalah sebuah website yang menyediakan layanan informasi edukasi pengetahuan online. Konsep bisnis dari layanan ini yaitu termasuk salah satu model "bisnis konten online" yang berbasiskan layanan informasi edukasi yang berkaitan dengan pertanyaan atau kata kunci(keyword) yang diawali dengan kalimat "Bagaimana". Yang melatar belakangi munculnya ide bisnis ini yaitu berdasarkan hasil riset banyaknya jumlah kata kunci(keyword) yang dicari di Google oleh para netter indonesia yang diawali dengan kalimat "Bagaimana" sebanyak kurang lebih 800.000 pencari setiap bulan dengan varian yang cukup beragam. Layanan informasi ini akan sangat banyak membantu bagi para pencari informasi di internet khususnya bagi para netter indonesia yang cukup banyak kesulitan menemukan sumber informasi yang akurat dan terpercaya.

Bagaimana.co merupakan project "bisnis konten online", website ini akan menyajikan banyak sumber ilmu pengetahuan yang banyak dicari oleh para "netter", sehingga menghasilkan jumlah pengunjung(traffic) yang cukup tinggi.

Sumber penghasilan utama dari "bisnis content online" ini adalah based on advertising baik dari General Ads Provider seperti Google Adsense maupun dari para pemasang iklan umum (masyarakat). Bisnis content online ini akan sangat populer dari tahun ke tahun, mengingat semakin banyaknya jumlah pengiklan(advertiser) online di indonesia, sehingga merupakan peluang emas bagi para penyedia content online.

Keunikan dari website ini yaitu semua artikel(content) hanya akan disajikan dengan kalimat yang diawali oleh "bagaimana" berdasarkan topik mengenai petunjuk, langkah-langkah, tips&trik dan video yang disusun berdasarkan kategori mencakup kesehatan, teknologi, makanan, gaya hidup, keuangan, agama, bisnis . Sebagai contoh;

- Bagaimana cara membuat website
- Bagaimana cara memasak
- Dll

Artikel akan disajikan semenarik dan semudah mungkin untuk dipahami, agar para pembaca merasa cukup puas dengan informasi yang disampaikan sehingga akan memberikan feedback positif terhadap website ini.

Untuk terus menjaga kualitas content yang disajikan dalam website ini, ada 2 jenis metode penulisan artikel;

1. Staff editorial akan mencari para penulis lepas (author) yang berasal dari pengunjung(visitor) sendiri maupun dari para komunitas blogger indonesia, yang akan terus memberikan tulisan terkait topik/ tema yang telah ditentukan.
2. Berdasarkan masukan/request dari pembaca yang memerlukan topik bahasan tertentu sesuai dengan aturan yang telah ditentukan sebelumnya.

Executive Summary

Pentingnya menjaga relationship para pembaca(visitor) agar terus secara berkala mengunjungi website ini dikemudian hari dikarenakan media internet global, memungkinkan peralihan perhatian ke website lain, maka perlu dibentuk suatu wadah melalui social community baik facebook maupun twitter yang cukup populer di Indonesia.

Dengan kekuatan konsep content dan community, website ini akan terus hidup(fresh). Selain menambah wawasan bagi para pengunjung(visitor) juga akan memberikan benefit lain yang dirasakan oleh para penulis lepas (author), mereka akan memperoleh pemasukan tambahan dari hasil karya tulis mereka yang akan kami hargai berdasarkan point penilaian tertentu.

MISSION

Bagaimana.co menjadi salah satu website penyedia layanan informasi edukasi online terbesar yang masuk dalam kategori 10 besar website edukasi dengan jumlah pengakses terbanyak se-Indonesia, yang memiliki konsep content dan community. Dimana hal ini akan meningkatkan jumlah pendapatan dari iklan dan memberikan benefit langsung baik bagi para pembaca(visitor) dalam hal perolehan informasi, maupun bagi para penulis (author) dalam hal mendapatkan pemasukan tambahan.

OBJECTIVE

1. Ikut memajukan bisnis content lokal di Indonesia.
2. Menjadi website yang paling banyak dikunjungi Se-indonesia.
3. Mendapatkan minimal 300.000 pengunjung website setiap bulan
4. Menyajikan content website yang berkualitas.
5. Meningkatkan pendapatan(revenue) dari website secara efisien melalui online advertising.
6. Meningkatkan efisiensi operasional



Executive Summary

KEYS TO SUCCESS

1. Kualitas artikel(content) :

- a. Secara berkala menulis artikel-artikel baru yang berkualitas berkaitan dengan topik yang telah ditentukan sebelumnya oleh tim, artikel pun akan didukung oleh gambar dan video. Dan terus aktif mencari para penulis (*author*) baik secara offline maupun online. Juga menerima inputan(request) artikel dari pembaca(*visitor*).
- b. Menyusun artikel sesuai dengan target pembaca(*audience*).

2. Marketing : Fokus membangun link (*link building*) , lakukan secara berkala optimasi SEO (*search engine optimization*), jalin relationship dengan para pembaca melalui media jejaring sosial seperti facebook dan twitter.

3. Pengeluaran : Terus menjaga pengeluaran secara baik, untuk meraih keuntungan(*profit*) secara mudah.

4. Memantau terus secara berkala traffik pengunjung sebagai performa indikator(*key metrics*) keberhasilan.

5. Mengembangkan terus website agar lebih nyaman untuk dikunjungi.

6. Terus mencapai target penjualan iklan secara berkala.

7. Mencari terus para penulis berbakat.

FINANCIAL & CAPITAL REQUIREMENT

Dalam menjalankan bisnis ini, kami memerlukan modal investasi yang akan digunakan untuk pengelolaan operasional perusahaan selama belum mencapai *Break Event Point* pembelian aset perusahaan.

MARKET

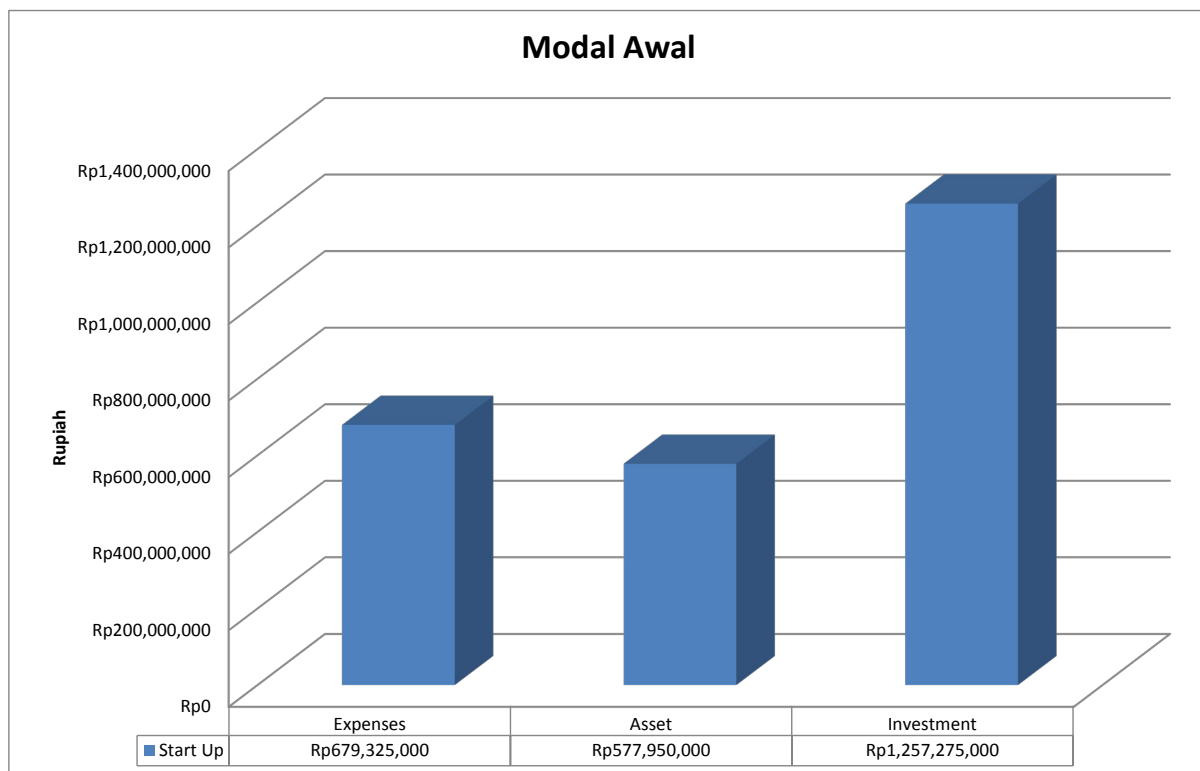
Target market dari website ini adalah warga negara indonesia yang memerlukan informasi mengenai topik bahasan tertentu yang selama ini dirasakan sangat minim dikarenakan keterbatasan bahasa internasional(*english*). Dengan meningkatnya jumlah pengunjung(*visitor*) diharapkan ikut mendorong pendapatan dari pengiklan(*advertiser*).

Ringkasan Perusahaan

Website bagaimana.co dibangun pada bulan Oktober 2012 dan hingga saat ini masih dalam tahap pengembangan dan dimiliki oleh perseorangan berlokasi di kota Bandung. Tujuan utama di buatnya website ini yaitu untuk memudahkan para pencari informasi (*netter*) berbahasa indonesia berkaitan dengan langkah-langkah atau tips seputar informasi umum berdasarkan kategori tertentu yang diawali dengan kalimat "bagaimana". Pendapatan utama dari website ini berasal dari perusahaan periklanan seperti *Google Adsense*, perseorangan atau perusahaan yang akan memasang iklannya di website ini.

A. RINGKASAN MODAL AWAL

Modal awal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini yaitu Rp. 1.257.275.000 , yang akan didapatkan dari seed capital. Modal awal ini akan digunakan untuk membeli aset perusahaan dan juga untuk meng-cover pengeluaran bulanan selama belum Break Event Point, dan akhirnya perusahaan dapat meng-cover biaya bulanan sendiri. Berikut ringkasan dana awal yang diperlukan.





Ringkasan Perusahaan

Start-Up Funding

Start-up Expenses to Fund	Rp577,950,000
Start-up Asset to Fund	Rp679,325,000
Total Funding	Rp1,257,275,000
Assets	
Cash-Requirement from start-up	Rp679,325,000
Additional Cash	Rp0
Cash Balance	Rp0
Total Assets	Rp679,325,000
Liabilities and Capital	
Liabilities	Rp0
Long-term Liabilities	Rp0
Account Payable	Rp0
Total Liabilities	Rp0
Capital Investment	
Owner	
Investor	
Project Requirement Investment	Rp1,257,275,000
Total Planned Investment	
Loss at Start-up(Start-Up Expenses)	Rp577,950,000
Total Capital	Rp679,325,000
Total Capital and Liabilities	Rp679,325,000
Total Funding	Rp1,257,275,000

Ringkasan Perusahaan

Start-Up	
Hardware	Rp145,300,000
Software (lisensi, dll)	Rp123,800,000
Utilities	Rp67,700,000
Website Development	Rp110,000,000
Notaris/Legal	Rp13,000,000
Pemasangan Internet	Rp3,000,000
Promosi online	Rp45,000,000
Pembelian Domain .com	Rp20,000,000
Konsultan	Rp20,000,000
Website optimization	Rp15,000,000
Registrasi Domain	Rp150,000
Pembuatan 100 Article Awal	Rp5,000,000
Other	Rp10,000,000
Total Start-Up Expenses	Rp577,950,000
Start-Up Assets	
Cash-Required	Rp679,325,000
Other Assets	
Total Assets	Rp679,325,000
Total Requirement	Rp1,257,275,000



Ringkasan Perusahaan

B. KEPEMILIKAN USAHA

Kepemilikan perusahaan ini atas nama perorangan yang didirikan oleh Ferry Mulyanto.

C. LOKASI KANTOR

Lokasi kantor berada pada lokasi area perkotaan di kota Bandung, untuk memudahkan mendapatkan akses internet yang memadai dengan menyewa sebuah rumah huni yang layak untuk dijadikan perkantoran. Semua kegiatan operasional, alamat kantor dan surat menyurat akan berlokasi disana. Fasilitas yang diberikan yaitu;

- o Kamar bagi pegawai yang akan menginap di kantor
- o Konsumsi

Product Summary

Bagaimana.co adalah website yang menyediakan produk informasi edukasi pengetahuan online. Tim editorial kami akan menyusun artikel secara berkala yang dikelompokkan berdasarkan kategori umum, sehingga para pembaca(*visitor*) sangat terbantu dengan informasi yang kami sampaikan. Artikel akan didapatkan dari penulis lepas (*author*) baik secara offline maupun online. Bagi penulis online kami menyediakan halaman tersendiri di website untuk mengirimkan artikelnya.

KATEGORY ARTIKEL

Setiap artikel akan dikelompokkan kedalam beberapa kategori berikut;

- Kesehatan
- Teknologi
- Makanan
- Gaya hidup
- Keuangan
- Agama
- Bisnis

Tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya akan ditambahkan lagi mengenai kategori yang belum dicantumkan diatas.

KATEGORY ARTIKEL

Secara mendasar, artikel yang akan diterbitkan mengacu pada 3 inputan berikut;

1. Based on research

Tim editorial, akan mencari topik yang sedang hangat atau topik yang sedang banyak dicari dengan menggunakan software bantu. Dan tim akan mulai menulis content melalui bantuan para blogger ataupun freelancer.

2. Based on author

Setiap penulis(*author*) berasal dari pembaca(*visitor*) itu sendiri maupun dari para komunitas blogger diseluruh indonesia. Di website kami, akan disediakan informasi bagi para pembaca yang ingin turut serta menjadi penulis untuk membuat artikel dengan mengikuti aturan yang telah ditentukan oleh tim editorial. Setiap pembaca(*visitor*) yang ingin tergabung menjadi penulis, diharuskan mendaftar terlebih dahulu, dan setiap tulisan/artikel yang dikirimkan akan melalui proses Editorial terlebih dahulu sebelum layak tayang di website, dan setiap tulisan/artikel yang sudah disetujui, maka penulis(*author*) berhak mendapatkan fee dan point atas artikelnya tersebut.

3. Based on visitor

Bagi pengunjung yang merasa tidak menemukan artikel yang dicarinya, pengunjung dapat melakukan permintaan(request) topik artikel yang perlu untuk dibahas, tim editorial akan memproses inputan dari pengunjung(*visitor*) ini apakah layak topik tersebut untuk dibahas atau tidak, bila memang layak untuk dibahas, tim editorial akan mem-publish ke website mengenai topik-topik yang sedang dicari penulis-nya, sehingga para penulis(*author*) online melihat ini sebagai sebuah prospek untuk diangkat menjadi sebuah artikel.



Product Summary

Untuk menghasilkan artikel yang berkualitas, tim editorial akan melakukan tahap editing untuk memperhatikan kaidah penulisan, baik dari isi, cara penyampaian, maupun fokus keyword yang digunakan, sehingga dapat menghasilkan artikel yang berkualitas dan nyaman untuk dibaca oleh pengunjung(visitor).

INOVASI PRODUK

Dengan semakin meningkatnya daya persaingan di dunia bisnis online kedepannya, maka perlu adanya inovasi secara terus menerus yang perlu dilakukan agar website ini selalu ramai dikunjungi sehingga dapat terus meningkatkan pendapatan untuk menutupi operasional perusahaan, adapun strategi yang akan dilakukan selanjutnya yaitu;

1. Improvisasi website
Terus melakukan perbaikan pada kualitas tampilan website maupun fungsional, sehingga bisa lebih nyaman untuk dikunjungi oleh para pengunjung(*visitor*).
2. Memberikan layanan E-book gratis
Perlu dilakukan strategi untuk mengikat pengunjung(visitor) yang salah satu langkahnya yaitu memberikan E-book gratis berkaitan dengan topik-topik pilihan kami.
3. Menyediakan layanan berbayar
Perlu adanya layanan berbayar(*premium*) baik untuk meningkatkan pendapatan perusahaan maupun untuk memberikan layanan yang berkualitas bagi pengunjung(visitor), layanan berbayar ini salah satunya yaitu menyediakan E-book tutorial lengkap.

Strategi untuk meningkatkan pendapatan selanjutnya, Bagaimana.co akan mendapatkan sumber pemasukan lain dari;

1. Afiliiasi
2. Penjualan produk (*E-Book*)

Market Analysis Summary

Dalam sebuah sumber berita di internet, Google menyatakan bahwa jumlah konten berbahasa Indonesia di internet masih kurang dari 1% dari jumlah total populasi pengguna internet di seluruh dunia, padahal di sisi lain Indonesia merupakan negara terbesar keempat di dunia untuk pasar internet dengan jumlah pencarian kata kunci berbahasa Indonesia terus meningkat setiap harinya.

Bagaimana.co ditujukan bagi para pengguna internet di Indonesia maupun di luar Indonesia yang menggunakan bahasa Indonesia, dan secara umum mencakup semua kalangan baik usia maupun gender, akan tetapi dari segi isi (*content*) website akan dikategorikan berdasarkan kategori umum sehingga akan sangat tergantung dari kategori topik materi yang akan mereka cari. Berdasarkan data yang kami himpun dari lembaga survey dunia Nielsen dan internetworldstats.com statistik pengguna internet Indonesia sebesar 55 juta pengakses (22% dari total penduduk Indonesia sebesar 248 juta penduduk) dengan aktifitas yang dilakukan sebagai berikut;

1. 21% melakukan pencarian
2. 20% membaca berita
3. 22% aktifitas jejaring sosial
4. 5% berbelanja online
5. 19% aktifitas email
6. 13% mengakses halaman hiburan (*entertainment*)

Peluang pengunjung yang bisa didapatkan yaitu dari point no.1 dan no.2. Dengan peluang yang cukup besar ini, sangat besar kemungkinan website bagaimana.co ini cukup ramai untuk dikunjungi.

Dan berdasarkan sumber dari Technorati 2011 peringkat terbesar para pengguna internet untuk mencari informasi yaitu berdasar pada ;

1. Percakapan melalui teman maupun keluarga
2. Teman di Facebook
3. Majalah online
4. Berita online
5. Blog

Target market pengunjung (*visitor*) kami yaitu para pelajar yang berusia antara 18-30 tahun yang berkaitan dengan pencarian sumber referensi tugas-tugas maupun informasi umum terkait dengan ilmu pengetahuan.



Market Analysis Summary

MARKET SEGMENTATION

Secara umum, segmentasi market dari website ini yaitu;

1. Pelajar
Ditunjukan bagi para pelajar berusia 14-25 tahun yang sedang mencari referensi sumber pengetahuan terkait topik tertentu.
2. Individu
Individu bisa dikategorikan masyarakat umum pencari informasi/berita baik dari kalangan muda maupun tua.

COMPETITOR

Dengan semakin maraknya bisnis konten online di Indonesia, tingkat persaingan akan cukup tinggi, akan tetapi kami yakin dengan target spesifik(niche) akan memiliki keunikan tersendiri bagi para pembaca(visitor).

Pesaing utama kami adalah para pemain bisnis konten online terbesar seperti ;

- a. Detik.com
- b. Kompas.com
- c. vivanews.com
- d. Okezone.com
- e. Kapanlagi.com
- f. dan para blogger lokal

Strategy and Implementation

COMPETITIVE EDGE

Salah satu kelebihan yang dimiliki oleh website kami ini, yaitu mengusung konsep content and community dimana, dalam setiap artikel yang kami buat akan sangat unik sekali, yaitu setiap artikel akan diawal dengan kalimat "bagaimana" yang artinya adalah, sebuah pertanyaan yang sering dicari oleh para netter dalam hal pencarian informasi berdasarkan topik tertentu. Artikel yang kami buat akan disampaikan dalam bentuk semenarik dan semudah mungkin untuk dibaca dan dipahami, sehingga dengan membaca artikel kami, para pembaca (visitor) sudah cukup puas dengan jawaban yang mereka cari.

Selain itu pula, kami menyediakan kolom khusus bagi para pengunjung(visitor) yang merasa belum menemukan topik yang mereka cari di website ini, mereka dapat menuliskan judul artikel pada kolom tersebut untuk diangkat menjadi sebuah topik bahasan artikel.

AUDIENCE MARKETING STRATEGY

Pada bisnis konten online ini, sebuah artikel dan traffic(pengunjung) adalah nyawa utama, sehingga perlu dilakukan langkah strategis untuk mempromosikan website ini, strategi marketing yang kami gunakan mengacu pada konsep inbound marketing strategy dimana kami tidak perlu terlalu aktif untuk mempromosikan pada setiap orang mengenai website kami ini. Strategi ini fokus pada bagaimana website kami ditemukan sendiri oleh pembaca(visitor) . Dan juga memberikan kepuasan terhadap pembaca sehingga dapat membangun loyalitas dari pembaca itu sendiri.

Adapun metode yang kami lakukan yaitu;

1. Content Marketing

Dengan membuat artikel berdasarkan kata kunci yang banyak dicari oleh para netter maka diharapkan dapat menarik pengunjung, adapun cara pembuatan artikel, kami melakukan 2 cara yaitu;

- Internal
Langkah ini dilakukan dengan membuat artikel-artikel pada website.
- Eksternal
Membuat artikel pada layanan artikel direktori yang menyediakan layanan publish artikel, sehingga didalam artikel tersebut, kami dapat mencantumkan link website bagaimana.co



Strategy and Implementation

AUDIENCE MARKETING STRATEGY

2. Search engine marketing

- Keyword optimization

Memperhatikan aspek penulisan artikel dengan memperhatikan fokus keyword yang menjadi topik utama, sehingga point artikel cukup bagus untuk dirangking oleh search engine, dalam hal ini oleh Google.

- Link building

Langkah ini dilakukan dengan cara menyimpan link website bagaimana.co pada website lain, sehingga akan menaikkan popularitas website bagaimana.co ini dan ranking search engine pun akan meningkat.

3. Social Media marketing

Adapun strategi melalui social media yaitu dengan turut serta aktif dalam penyebaran artikel terbaru maupun diskusi yang langsung ditanyakan oleh para pembaca melalui layanan jejaring sosial ini;

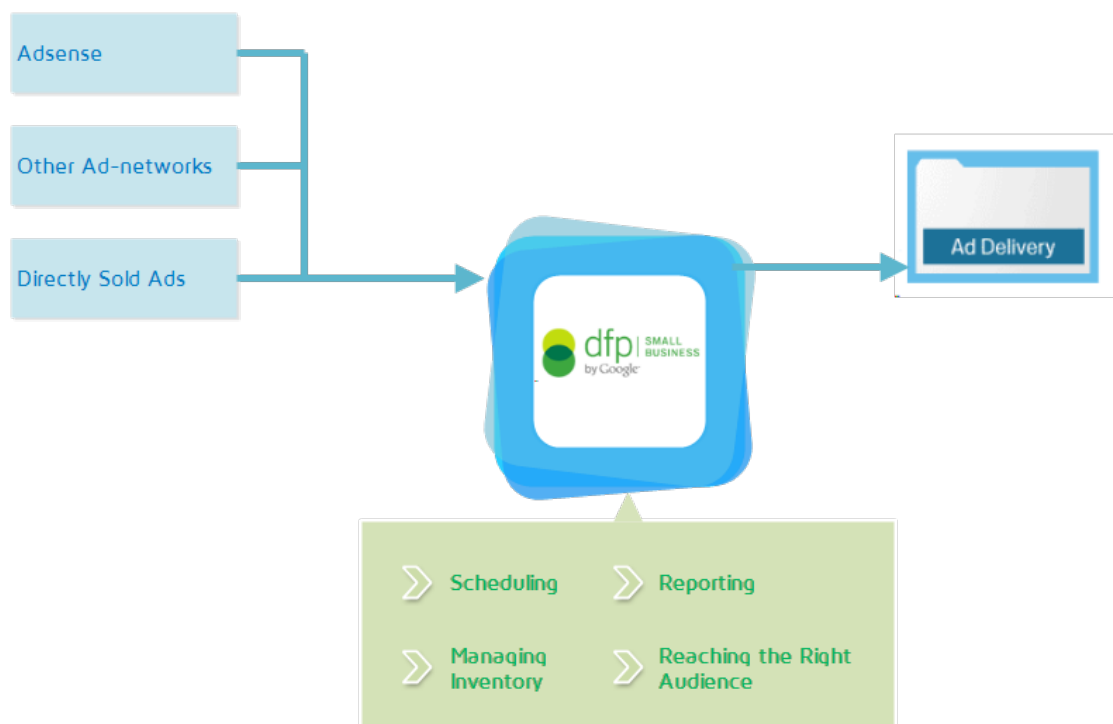
- a. Twitter
- b. Facebook
- c. Google+
- d. Pinterest
- e. LinkedIn
- f. Forum

4. Video marketing

Membuat video-video tutorial yang cukup menarik dalam hal yang berkaitan dengan topik artikel tertentu dan diupload di beberapa layanan online video seperti youtube, sehingga akan cukup menarik minat para pembaca(visitor).

Advertising and Sales Strategy

Sumber pemasukan utama perusahaan yaitu melalui iklan(*advertising*), menggunakan metode pay per click yang artinya, publisher(*website*) akan dibayar berdasarkan pembaca(visitor) yang meng-klik iklan. Dengan semakin berkembangnya teknologi online advertising termasuk salah satunya yang dimiliki oleh Google, merupakan peluang emas bagi para publisher(*content provider*) untuk menjual space iklan (*website inventory*). Untuk saat ini kami fokus menggunakan produk dari Google sebagai adserver provider satu-satunya, produk Google tersebut yang kami gunakan yaitu DFP(*Double Click for Publisher*). Berikut gambaran cara kerja dari DFP tersebut.



Dengan digunakannya DFP ini, harapan kami selain meningkatkan kualitas content pada website, juga turut meningkatkan pendapatan untuk dapat menutupi operasional perusahaan.

Ada 3 strategi utama pendapatan yang bisa dihasilkan dengan menggunakan adserver provider Google ini.

1. Ads for content
2. Ads for search
3. Ads for video



Advertising and Sales Strategy

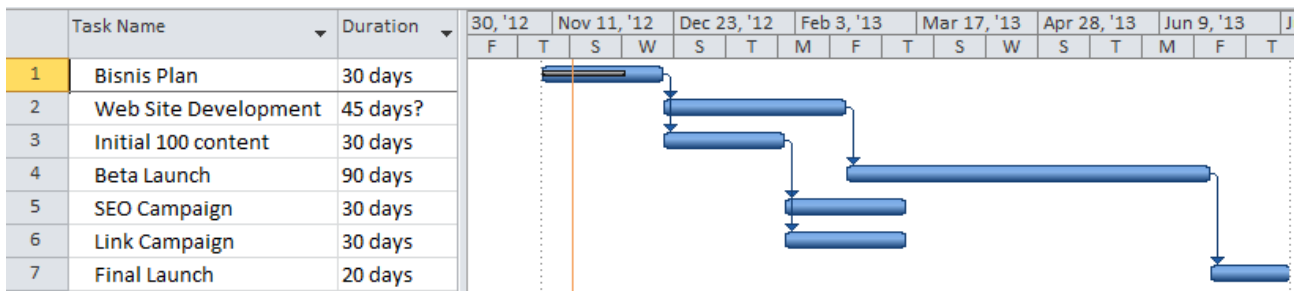
KEY TO SUCCESS

1. Menulis article secara berkala
2. Memperhatikan kualitas penulisan article dari sisi bahasa penyampaian, maupun pengoptimalan penggunaan kata kunci (keyword).
3. Memperkaya article dengan gambar maupun video, agar lebih menarik dan mudah untuk dipahami.
4. Mencari topik-topik artikel yang sedang banyak dicari oleh pengunjung.
5. Mendata setiap inventory website(halaman website) yang berpeluang untuk penempatan alokasi space iklan.
6. Sesuaikan iklan yang muncul dengan target pembaca(visitor) berdasarkan lokasi, waktu, gender, hobi, dsb, sehingga meningkatkan peluang untuk mengklik iklan.

KEY METRICS

1. Traffic (Pengunjung website)
2. Pageview (Jumlah halaman web yang dilihat per pengunjung)
3. CTR/click through rate (Jumlah klik / pengunjung dlm %)
4. Revenue rates (Estimasi Jumlah pendapatan setiap 1 klik iklan)

Milestone





Web Plan Summary

Strategi utama website ini yaitu bagaimana memberikan kenyamanan informasi, yang berguna bagi para pembaca (*visitor*).

Bisnis model dari website ini yaitu berdasarkan dari penjualan iklan yang disediakan oleh Google for publisher melalui salah satu program periklanannya yaitu Google adsense.

Salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis konten online ini yaitu bagaimana untuk terus meningkatkan dan mempertahankan traffic pengunjung karena traffic merupakan nyawa dalam bisnis ini, agar traffic terus meningkat, maka perlu memperhatikan sekali content (artikel) yang menjadi hal pokok di website ini.

CONTENT STRATEGY

1. Penerbitan artikel baru akan dilakukan setiap hari bahkan lebih, sesuai dengan topik yang telah disesuaikan sebelumnya oleh Editorial.
2. Menyediakan space tersendiri pada website, untuk menerima inputan artikel yang akan di angkat berdasarkan request dari pembaca (*visitor*). Agar lebih memperkaya content dan menjalin relationship dengan pembaca.
3. Memberikan kesempatan kepada para blogger lokal maupun pembaca (*visitor*) yang ingin turut berkontribusi di website ini. Setiap artikel yang dikirimkan, akan mengikuti standar baku yang telah kami tetapkan dan akan melewati tahap editorial terlebih dahulu.

WEBSITE DEVELOPMENT REQUIREMENT

Pada process website development ini, akan dibagi menjadi 3 phase

1. Front end

Langkah pertama dalam membangun website ini adalah merancang struktur layout yang disesuaikan dengan space iklan yang akan dipasang, kemudian mendesain template website sesuai dengan layout yang telah dibuat sebelumnya, proses ini akan memakan waktu kurang lebih 3 minggu

2. Back end

Langkah kedua selanjutnya adalah membuat website secara keseluruhan, website ini akan berbasis CMS (content management system) wordpress, mengingat wordpress adalah CMS yang cukup powerfull sehingga kami akan mengkostumisasi sesuai dengan kebutuhan website yang akan dibangun, mulai dari sistem registrasi penulis, kolom request artikel.

3. Content creation

Setelah website selesai dibuat langkah selanjutnya yaitu mengisi konten website dengan artikel-artikel yang telah dibuat sebelumnya, target utama sebelum launching website, yaitu sudah terisi minimal 100 halaman artikel berdasarkan topik tertentu.

Web Plan Summary

WEBSITE MARKETING STRATEGY

Website kami memiliki 4 strategi marketing melalui web;

1. Optimasi search engine (SEO)

Melakukan riset kata kunci(keyword) yang sering banyak dicari oleh para netter. Dari kata kunci ini, maka akan diangkat menjadi sebuah artikel untuk di publish, selain membuat artikel dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya, isi artikel pun akan dioptimalkan sehingga akan memiliki ranking yang cukup bagus di Google ketika netter mengetikkan kata kunci tersebut di Google.

2. Link building

Untuk dapat menarik banyak traffic/pengunjung ke website, dan meningkatkan ranking di search engine terutama Google, maka sangat perlu sekali membangun link dengan website-website yang lain dengan cara menyimpan link url website bagaimana.co di website lain.

3. Pay-per-click

Kami akan menggunakan layanan baik Google adwords maupun facebook sebagai media pemasangan iklan, langkah ini akan cukup cepat menarik pengunjung secara instan sebagai langkah promosi awal.

4. Viral

Strategi ini dilakukan dengan cara mempublish setiap artikel ke website jejaring sosial seperti twitter dan facebook, sehingga dengan sendirinya akan menyebar pada jaringan komunitas dan secara otomatis akan mendatangkan pengunjung(visitor). Dan juga akan dibuatkan tombol(button) link share pada setiap artikel, sehingga dapat pembaca dapat menyarankan artikel tersebut pada teman-temannya melalui layanan jejaring sosial.



Management Summary

MANAGEMENT TEAM

Manajemen tim perusahaan terdiri dari 4 orang pegawai tetap dengan beberapa fungsional jabatan, adapun sisanya bila diperlukan akan dilakukan secara outsource/freelance. Penambahan pegawai akan disesuaikan dengan tingkat perkembangan perusahaan berdasarkan pencapaian target yang telah ditentukan sebelumnya.

Berikut Jabatan di dalam manajemen perusahaan.

1. CEO

2. Manager Operasional

Bertanggung jawab mengawasi dan mengoptimalkan kinerja perusahaan baik dari sisi peningkatan kualitas layanan maupun peningkatan pendapatan perusahaan.

3. Executive Editor

Bertanggung jawab dalam hal pengembangan content website, dan terus memastikan performa dari masing-masing page.

4. Content Manager

Bertanggung jawab terhadap semua content website, dan mengelola seluruh content website.

5. Web Administrator

Bertanggung jawab mengatur seluruh hal teknis berkaitan dengan website.

6. Marketing

Melakukan strategi promosi online melalui berbagai macam media.

7. Sales

Mengelola dan Mengoptimalkan penjualan iklan (sales advertising) sehingga dapat memaksimalkan pendapatan perusahaan.

8. Finance

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengontrol keuangan perusahaan dengan baik.

MANAGEMENT TEAM GAPS

Kami menyadari kekurangan dari team yaitu masih minimnya tingkat pengalaman dari masing-masing personel, akan tetapi kedepannya, kami akan terus meningkatkan skill/knowledge dari masing-masing team, dan terus membangun kekuatan Finansial dan Manajemen perusahaan.

Management Summary

PERSONNEL PLAN

Wp Creative Personnel		Year 1	Year 2	Year 3
		Totals	Totals	Totals
	CEO	Rp36,000,000.00	Rp46,800,000.00	Rp54,000,000.00
	Manager Operasional	Rp30,000,000.00	Rp39,000,000.00	Rp45,000,000.00
	Executive Editor	Rp30,000,000.00	Rp39,000,000.00	Rp45,000,000.00
	Content Manager	Rp27,600,000.00	Rp35,880,000.00	Rp41,400,000.00
	Web Administrator	Rp18,500,000.00	Rp24,050,000.00	Rp27,750,000.00
	Marketing	Rp16,000,000.00	Rp20,800,000.00	Rp24,000,000.00
	Sales	Rp16,000,000.00	Rp20,800,000.00	Rp24,000,000.00
	Finance	Rp19,200,000.00	Rp24,960,000.00	Rp28,800,000.00
		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
		Rp193,300,000.00	Rp251,290,000.00	Rp289,950,000.00
Bonus reserve	0.00%	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Total with bonus		Rp193,300,000.00	Rp251,290,000.00	Rp289,950,000.00
Taxes PPH	10.00%	Rp19,330,000.00	Rp25,129,000.00	Rp28,995,000.00
TOTAL		Rp212,630,000.00	Rp276,419,000.00	Rp318,945,000.00

SWOT ANALYSIS

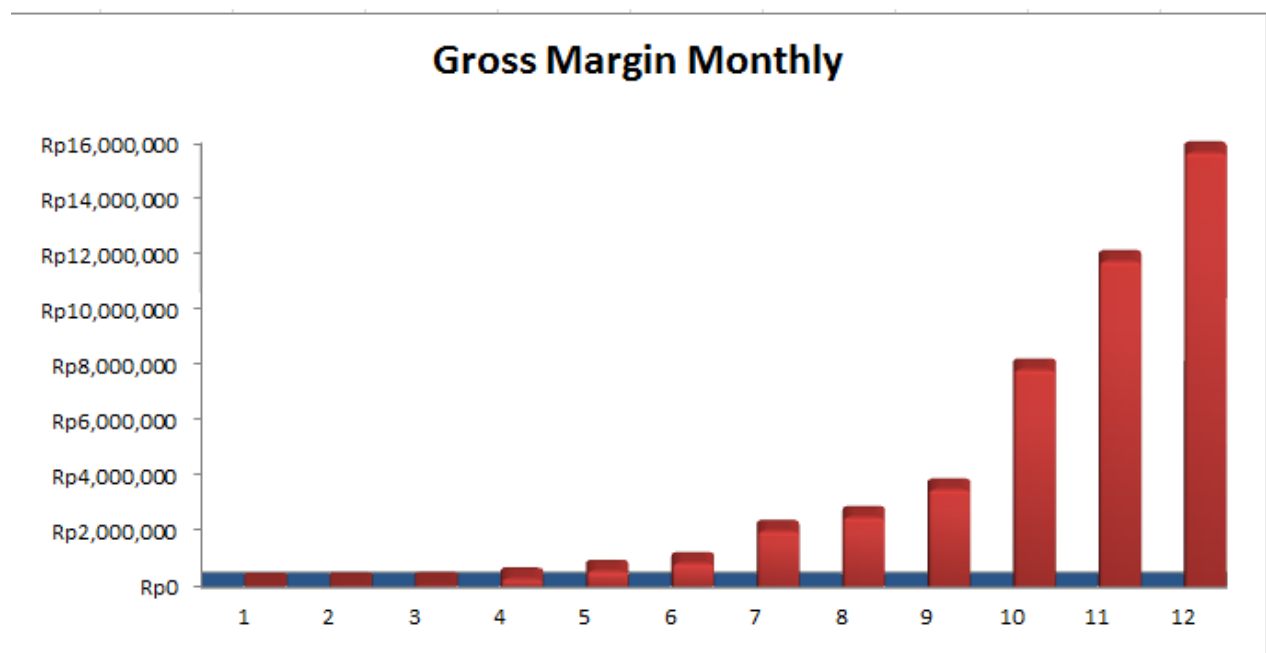
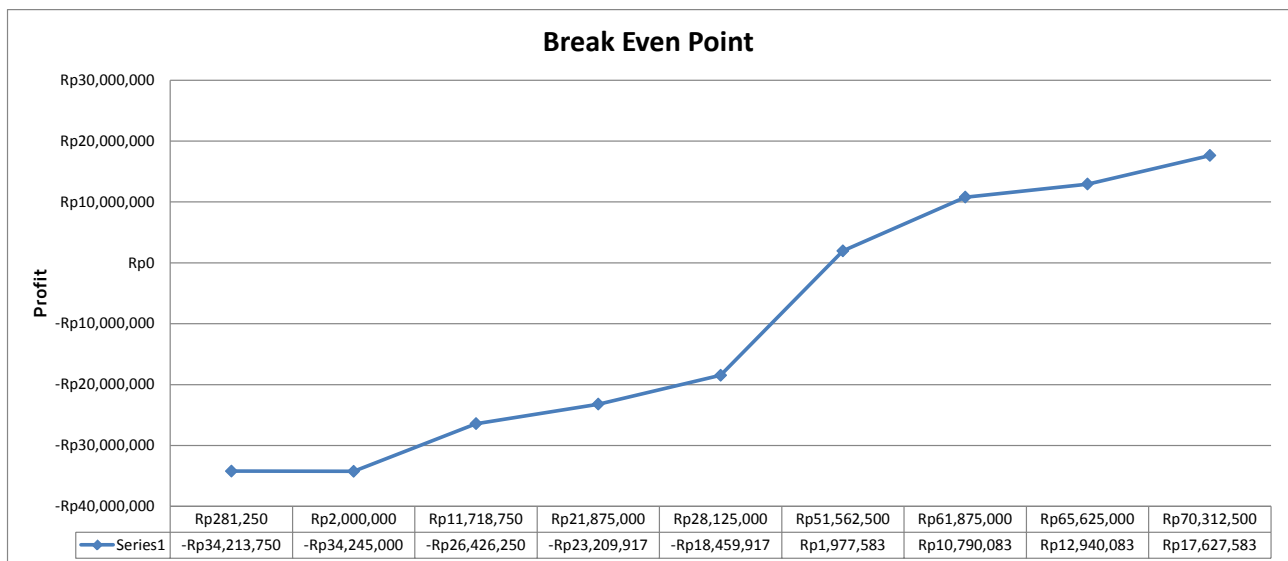
- o Strength
 - Belum memiliki pesaing dengan konsep bisnis yang sama di Indonesia
 - kaya akan info-info dan pengetahuan terbaru
 - para audience yang beragam
- o Weakness
 - Manajemen content yang cukup rumit
 - Sulitnya mencari penulis yang kompeten
 - Iklan yang muncul tidak relevan dengan content website
- o Opportunities
 - Tingginya animo pembaca mengenai topik-topik tertentu yang lebih lengkap
- o Threats
 - Munculnya website dengan konsep yang mirip



Financial Plan

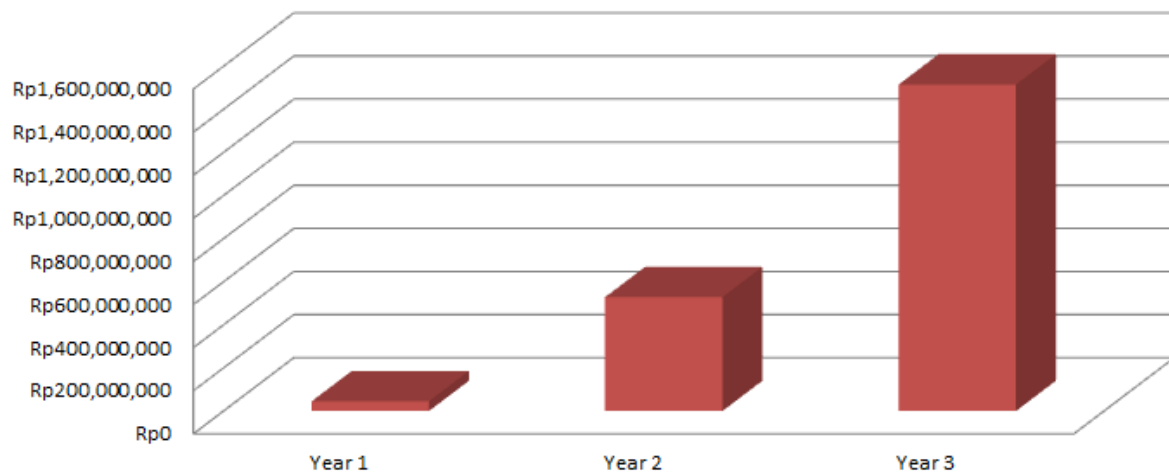
BREAK EVEN ANALYSIS

Disini kami lampirkan analisa Break Even Analysis, dari hasil analisa berikut, dapat disimpulkan bahwa, perusahaan akan BEP bila telah menghasilkan pendapatan sekitar Rp. 51.562.500 / Bulan

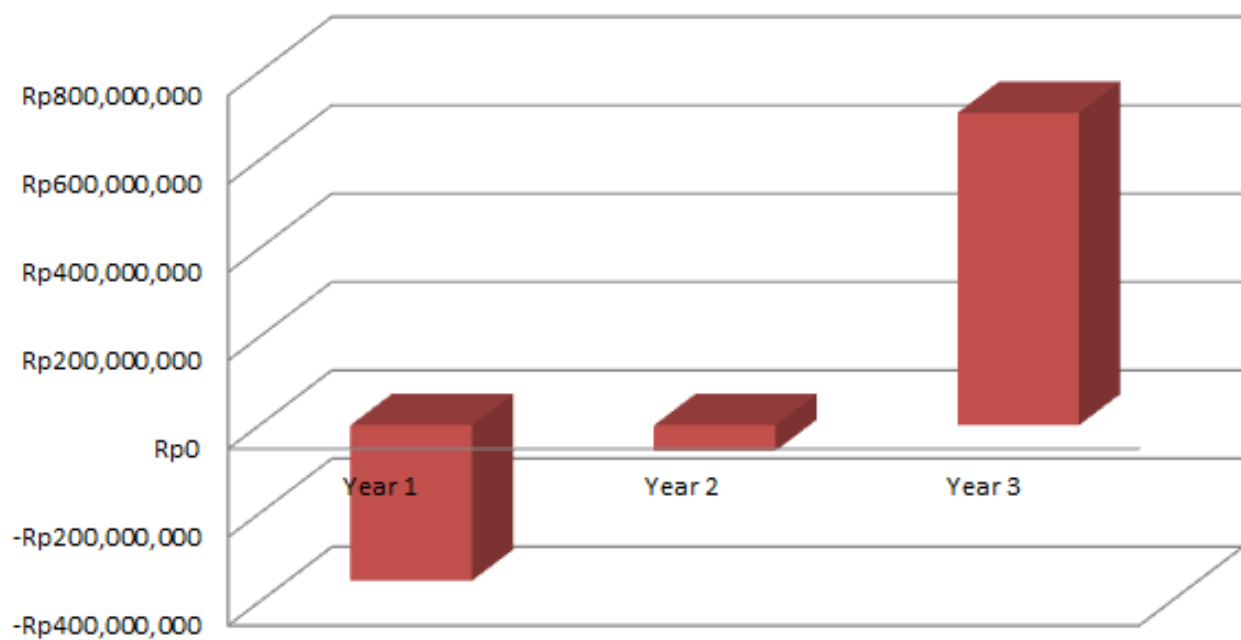


Financial Plan

Gross Margin Yearly



Yearly Profit





Financial Plan

Pro Forma Profit and Loss			
	Year 1	Year 2	Year 3
Advertising Sales	Rp44,966,250	Rp527,968,750	Rp1,514,287,500
Cost of Sales(Content)	Rp81,000,000	Rp171,000,000	Rp277,500,000
Other			
Total Cost of Sales	Rp81,000,000	Rp171,000,000	Rp277,500,000
Gross Margin	-Rp36,033,750	Rp356,968,750	Rp1,236,787,500
Gross Margin %	-80%	68%	82%
Expenses			
Payroll	Rp193,300,000	Rp251,290,000	Rp289,950,000
Payroll Taxes	Rp19,330,000	Rp25,129,000	Rp28,995,000
Marketing (SEO, BACKLINK)	Rp12,000,000	Rp18,000,000	Rp27,600,000
Web Consultant	Rp12,000,000	Rp18,000,000	Rp27,600,000
Marketing (Paid traffic)	Rp2,600,000	Rp6,200,000	Rp10,200,000
Internet	Rp12,000,000	Rp18,000,000	Rp24,000,000
Listrik	Rp5,400,000	Rp7,200,000	Rp9,000,000
Telephone	Rp3,600,000	Rp5,400,000	Rp7,200,000
Air	Rp1,800,000	Rp3,000,000	Rp3,600,000
Biaya Bank	Rp600,000	Rp1,200,000	Rp1,800,000
Maintenance	Rp6,000,000	Rp9,000,000	Rp13,200,000
Transportasi	Rp9,600,000	Rp12,000,000	Rp16,800,000
Biaya Sewa Dedicated Server	Rp8,000,000	Rp7,200,000	Rp18,000,000
Sewa Rumah	Rp12,000,000	Rp12,000,000	Rp18,000,000
Petty Cash	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp9,600,000
Software License Renewal	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp9,600,000
Other	Rp6,000,000	Rp9,600,000	Rp14,400,000
Total Operating Expense:	Rp316,230,000	Rp415,219,000	Rp529,545,000
Profit Before Taxes	-Rp352,263,750	-Rp58,250,250	Rp707,242,500
Taxes(10%)	-Rp35,226,375	-Rp5,825,025	Rp70,724,250
Net Profit	-Rp317,037,375	-Rp52,425,225	Rp636,518,250
Net Profit/Sales	-705%	-10%	42%

Financial Plan

Pro Forma Cash Flow			
	Year 1	Year 2	Year 3
Cash Received			
Cash Balance	Rp679,325,000	Rp408,061,250	Rp520,811,000
Cash Advertising Sales	Rp44,966,250	Rp527,968,750	Rp1,514,287,500
Other			
Sub Total Cash from Operations	Rp724,291,250	Rp936,030,000	Rp2,035,098,500
Additional Cash Received			
Sales of Other Current Asset	Rp0	Rp0	Rp0
New Investmen Received	Rp0	Rp0	Rp0
Sub Total Cash Received	Rp724,291,250	Rp936,030,000	Rp2,035,098,500
Expenditures			
Expenditures from Operations			
Cash Spending	Rp316,230,000	Rp415,219,000	Rp529,545,000
Sub Total Spent from Operations	Rp316,230,000	Rp415,219,000	Rp529,545,000
Additional Cash Spent	Rp0	Rp0	Rp0
Purchase Other Current Assets	Rp0	Rp0	Rp0
Purchase Long Term Assets	Rp0	Rp0	Rp0
Taxes(10%)	Rp0	Rp0	Rp0
Sub Total Cash Spent	Rp316,230,000	Rp415,219,000	Rp529,545,000
Net Cash Flow	Rp408,061,250	Rp520,811,000	Rp1,505,553,500