

MAKALAH BISNIS

Cavemen Solution

Transforming Ideas into Code, Dreams into Reality



Disusun oleh :

Aulia Firdasari

NIM : 61201022009121

Dosen Pengajar : Ayu Yulianti Putri S.E., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
STIE GICI BUSINESS SCHOOL
2023**

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang atas rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan makalah ini dengan lancar dan tepat pada waktunya. Adapun tema dari makalah bisnis ini adalah sebuah brand jasa teknologi yang bernama “**Cavemen Solution**”.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga makalah ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

- Ms. Ayu Yulianti Putri S.E., M.I.Kom selaku dosen pengajar Broadcasting dan Promosi Digital yang telah memberikan tugas serta arahan dalam penyusunan makalah ini.
- Riski Dwi Patrio, yang sudah berkenan brand-nya saya jadikan sebagai tema makalah ini, serta untuk segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan.
- Ayah, Mama, dan Kakakku yang telah memberi dukungan baik moral maupun materil.

Penulis menyadari bahwa makalah ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan makalah ini.

Bogor, Oktober 2023

Penulis,
Aulia Firdasari

Daftar Isi

BAB 1.....	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Tujuan.....	5
BAB 2.....	6
KAJIAN TEORITIS	6
2.1 Merek / Brand.....	6
2.2 Konsep Branding	6
2.3 Strategi Branding	7
2.4 Konsep Strategi Branding.....	7
2.5 Digital Marketing	8
2.6 E-Commerce.....	9
1) Pengertian E-commerce	9
2) Manfaat E-Commerce.....	9
3) Konsep E-Commerce	9
2.7 Pengertian Analisis SWOT.....	10
2.8 Unsur-unsur SWOT	10
2.11 Manfaat Analisis SWOT.....	11
2.12 Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT	11
BAB 3.....	12
BRAND.....	12
3.1 Identitas Brand.....	12
3.2 Filosofi Brand.....	14
3.3 Visi, Misi, dan Tujuan Brand	14
3.4 Brand Image	15
3.5 Brand Positioning	16
3.6 Brand Experience	16
3.7 Brand Differentiation.....	16
3.8 Target Market dan Segmentasi Pasar.....	17
3.9 Marketing Media	17
3.10 Brand Awereness.....	18
BAB 4.....	19
KESIMPULAN DAN SARAN.....	19
4.1 Kesimpulan.....	19
4.2 Saran	19
Daftar Pustaka	20

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini telah berubah pesat dalam teknologi dan perilaku konsumen. Perubahan ini telah menghadirkan tantangan dan peluang baru yang tidak dapat diabaikan oleh brand yang ingin tetap bersaing dalam lingkungan yang semakin berubah.

Transformasi digital yang sedang berlangsung telah menciptakan tuntutan baru dalam pengelolaan bisnis. Bisnis harus dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi, memahami preferensi konsumen yang berkembang, dan membangun presensi online yang kuat. Oleh karena itu, semakin banyak brand/perusahaan mencari solusi teknologi yang dapat membantu mereka mencapai tujuan ini.

Di sinilah "Cavemen Solution" muncul sebagai pemberi solusi teknologi. Mereka telah memahami bahwa teknologi bukan lagi sekadar alat, melainkan fondasi bagi kesuksesan bisnis modern. Dalam konteks ini, kita perlu memahami peran serta dampak dari layanan yang mereka tawarkan, yang mencakup pembuatan dan pengembangan website, pengembangan perangkat lunak PC, aplikasi mobile, aplikasi berbasis web, dan SEO.

Dalam latar belakang ini, kami akan membahas lebih lanjut mengenai peran yang dimainkan oleh teknologi dalam dunia bisnis saat ini, serta mengapa perusahaan semakin bergantung pada solusi teknologi yang memadai. Kemudian, kami akan menjelaskan mengenai peran "Cavemen Solution" dalam menghadirkan solusi tersebut.

Latar belakang masalah ini membantu membuka jendela kepada pembaca tentang mengapa layanan seperti yang ditawarkan oleh "Cavemen Solution" menjadi semakin penting dalam bisnis modern yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan perilaku konsumen.

1.2 Tujuan

Makalah bisnis ini disusun dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) **Memahami Profil "Cavemen Solution":** Makalah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang brand jasa teknologi "Cavemen Solution," termasuk sejarah, visi, dan misi yang mereka terapkan,
- 2) **Menganalisis Layanan Utama:** Makalah ini akan menganalisis dan menjelaskan berbagai layanan yang ditawarkan oleh "Cavemen Solution," termasuk pembuatan dan pengembangan website, pengembangan perangkat lunak PC, aplikasi mobile, aplikasi berbasis web, dan SEO.
- 3) **Menjelaskan Dampak Teknologi dalam Bisnis:** Makalah ini akan membahas peran teknologi dalam bisnis modern dan mengapa layanan seperti yang ditawarkan oleh "Cavemen Solution" semakin penting dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang.
- 4) **Mengidentifikasi Keunggulan "Cavemen Solution":** Makalah ini akan mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang membuat "Cavemen Solution" menjadi pemain kunci dalam industri teknologi.
- 5) **Memberikan Wawasan ke Dalam Dunia Teknologi Bisnis:** Melalui makalah ini, tujuannya adalah memberikan wawasan yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana teknologi memengaruhi cara bisnis dijalankan dan bagaimana brand jasa seperti "Cavemen Solution" dapat membantu brand/perusahaan dalam menghadapi tantangan ini.
- 6) **Menginspirasi dan Memberi Informasi:** Akhirnya, tujuan makalah ini adalah memberikan inspirasi dan informasi yang berguna bagi pembaca yang tertarik dalam memahami lebih dalam peran teknologi dalam bisnis modern dan bagaimana layanan teknologi yang berkualitas seperti yang ditawarkan oleh "Cavemen Solution" dapat membantu bisnis mencapai tujuan mereka.

Makalah ini disusun dengan harapan bahwa pembaca akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang "Cavemen Solution" dan pentingnya solusi teknologi dalam dunia bisnis saat ini. Kami juga berharap bahwa makalah ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat, memicu minat lebih lanjut dalam eksplorasi peran teknologi dalam bisnis, dan mempertimbangkan "Cavemen Solution" sebagai mitra potensial dalam mengembangkan solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan Anda.

BAB 2

KAJIAN TEORITIS

2.1 Merek / Brand

Merek merupakan *frontliner* sebuah produk, suatu tampilan awal yang memudahkan konsumen mengenali produk tersebut. Pada prinsipnya merek merupakan janji penjual atau produsen yang secara kontinu membawa serangkaian kesatuan tampilan (*performance*), manfaat (*benefit*) dan layanan (*service*) kepada pembeli. Dalam perspektif komunikasi merek, Wijaya mendefinisikan merek sebagai tanda jejak yang tertinggal pada pikiran dan hati konsumen, yang menciptakan makna dan perasaan tertentu (*brand is a mark left on the minds and hearts of consumers, which creates a specific sense of meaning and feeling*). Dengan demikian, merek lebih dari sekadar logo, nama, simbol, merek dagang, atau sebutan yang melekat pada sebuah produk. Post menyebutkan sejumlah kriteria untuk menyebut merek bukan sekadar sebuah nama, di antaranya: merek tersebut harus memiliki nilai-nilai yang jelas, dapat diidentifikasi perbedaannya dengan merek lain, menarik, serta memiliki identitas yang menonjol.

Merek berbeda dengan *brand*, jika merek adalah sebuah nama, maka *brand* adalah aset tidak berwujud yang membantu orang mengidentifikasi perusahaan tertentu dan produknya. *Brand* membantu membentuk persepsi orang tentang perusahaan, produk mereka, atau individu. *Brand* biasanya menggunakan penanda pengenalan untuk membantu menciptakan identitas merek di pasar.

2.2 Konsep Branding

Konsep branding merujuk pada serangkaian elemen dan strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan atau entitas untuk menciptakan identitas dan citra yang khas untuk merek atau produk mereka. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti nama merek, logo, slogan, desain, dan pesan yang digunakan untuk mengkomunikasikan nilai, tujuan, dan kepribadian merek kepada konsumen dan pasar.

Tujuan dari konsep branding adalah untuk membedakan merek atau produk dari pesaing, membangun pengenalan merek, menciptakan kepercayaan, dan membentuk hubungan emosional dengan konsumen. Dengan strategi branding yang kuat, perusahaan dapat mempengaruhi persepsi konsumen, menciptakan loyalitas merek, dan meningkatkan daya tarik produk atau layanan mereka di pasar. Kesuksesan konsep branding juga dapat menghasilkan nilai tambah dalam bentuk ekuitas merek, yang dapat menjadi aset berharga bagi perusahaan.

2.3 Strategi Branding

Strategi branding merujuk pada rencana dan pendekatan yang digunakan oleh suatu perusahaan atau entitas untuk membangun dan mengelola citra merek mereka dengan tujuan mencapai tujuan bisnis tertentu. Ini melibatkan serangkaian keputusan strategis yang melibatkan elemen-elemen seperti nama merek, logo, desain, pesan, nilai, dan pengalaman yang ingin disampaikan kepada konsumen.

Tujuan utama dari strategi branding adalah untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan konsisten, membedakan merek dari pesaing, dan membangun hubungan emosional dengan konsumen. Ini juga melibatkan pengembangan strategi komunikasi yang efektif, baik melalui media konvensional maupun digital, untuk mengkomunikasikan pesan merek kepada target pasar. Strategi branding yang sukses dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, membangun kepercayaan konsumen, dan mempengaruhi keputusan pembelian, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada kinerja bisnis dan pertumbuhan perusahaan.

2.4 Konsep Strategi Branding

Konsep strategi branding melibatkan serangkaian langkah dan pendekatan yang dirancang untuk membangun, mengelola, dan memperkuat identitas merek suatu perusahaan atau produk dengan tujuan mencapai tujuan bisnis yang telah ditentukan. Berikut adalah beberapa konsep utama dalam strategi branding:

1. **Identifikasi Tujuan:** Strategi branding harus dimulai dengan pemahaman yang jelas tentang tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui merek tersebut. Ini mungkin melibatkan peningkatan kesadaran merek, peningkatan pangsa pasar, atau penciptaan citra merek yang positif.
2. **Pemahaman Target Pasar:** Mengetahui audiens target yang tepat adalah kunci dalam strategi branding. Perlu memahami preferensi, nilai, dan perilaku konsumen yang menjadi sasaran.
3. **Pengembangan Identitas Merek:** Ini mencakup aspek-aspek seperti pemilihan nama merek, desain logo, warna, dan elemen-elemen visual lainnya yang menciptakan citra merek yang khas dan menggambarkan nilai-nilai merek.
4. **Konsistensi:** Konsistensi dalam penyampaian pesan dan desain merek adalah penting. Pesan dan penampilan merek harus seragam di berbagai saluran komunikasi dan titik kontak dengan konsumen.
5. **Komunikasi Merek:** Pemilihan saluran komunikasi dan pesan-pesan yang digunakan untuk mengkomunikasikan merek kepada target pasar adalah bagian penting dari strategi branding. Ini bisa mencakup iklan, media sosial, konten, dan lainnya.

6. Manajemen Citra: Merek perlu diawasi dan dikelola secara aktif untuk memastikan bahwa citra merek tetap positif dan sesuai dengan nilai merek yang diinginkan.

7. Evaluasi dan Penyesuaian: Strategi branding perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa tujuan bisnis tercapai. Jika diperlukan, penyesuaian dan perubahan perlu dilakukan.

8. Perencanaan Jangka Panjang: Strategi branding bukan hanya taktik jangka pendek, melainkan perlu dipertimbangkan dalam jangka panjang. Hal ini melibatkan pembangunan ekuitas merek dan hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen.

Dengan memahami konsep-konsep tersebut, perusahaan dapat merancang strategi branding yang kuat dan efektif untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran dan bisnis mereka.

2.5 Digital Marketing

Digital Marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Jenis pemasaran ini melibatkan penggunaan situs web, perangkat seluler, media sosial, mesin pencari dan saluran serupa lainnya sehingga dapat digunakan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemasaran digital menjadi populer dengan munculnya internet pada 1990-an.

Pemasaran digital melibatkan beberapa prinsip yang sama dengan pemasaran konvensional dan sering dianggap sebagai cara baru bagi perusahaan untuk mendekati konsumen dan memahami perilaku mereka. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, perusahaan sering menggabungkan teknik pemasaran konvensional dan digital dalam strategi mereka. Aktivitas berbelanja *online* sudah menjadi gaya hidup masyarakat di Indonesia akibat dari pesatnya perkembangan teknologi, dimana konsumen mulai beralih dari yang sebelumnya harus pergi ke pasar untuk membeli suatu barang (*offline*), sekarang mulai beralih secara digital (*online*).

Manfaat digital marketing adalah sangat luas, meliputi jangkauan global, penargetan yang tepat, pengukuran yang akurat, interaksi langsung dengan pelanggan, biaya yang lebih efisien, kemampuan penyesuaian cepat, akses ke data konsumen, peningkatan kesadaran merek, fleksibilitas kreatif, dampak real-time, peningkatan tingkat konversi, serta memungkinkan bisnis untuk merespons perubahan pasar dengan cepat.

Dengan manfaat-manfaat ini, digital marketing telah menjadi alat pemasaran yang tak tergantikan dalam era digital, memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien.

2.6 E-Commerce

E-commerce mengacu pada proses pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui internet. Bagi brand jasa seperti "Cavemen Solution," e-commerce memiliki arti yang signifikan dalam dua aspek utama:

1) *Pengertian E-commerce*

E-commerce melibatkan transaksi online, seperti pembelian produk atau jasa, pembayaran, serta pertukaran informasi bisnis. Dalam konteks "Cavemen Solution," ini dapat mencakup penawaran layanan atau produk teknologi, proses pemesanan, pembayaran, dan komunikasi dengan klien secara online. Mereka dapat menjual layanan teknologi mereka secara online, seperti pengembangan perangkat lunak khusus atau aplikasi web, serta memberikan kemudahan bagi klien untuk berinteraksi dengan mereka melalui platform e-commerce.

2) *Manfaat E-Commerce*

- Akses Global: E-commerce memungkinkan "Cavemen Solution" untuk mencapai klien potensial di seluruh dunia. Ini membantu memperluas jangkauan dan menghadirkan peluang bisnis yang lebih luas.
- Kemudahan Pemesanan: Dengan e-commerce, pelanggan dapat dengan mudah memilih layanan yang mereka butuhkan, menyelesaikan proses pemesanan, dan melakukan pembayaran, semua dalam satu platform. Ini meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- Pelacakan dan Analisis: E-commerce menyediakan alat analitik yang kuat untuk melacak perilaku pelanggan, preferensi, dan tren. "Cavemen Solution" dapat menggunakan data ini untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan menghadirkan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan klien.
- Pemasaran Online: E-commerce memungkinkan "Cavemen Solution" untuk melakukan kampanye pemasaran online yang terukur dan tepat sasaran, mencapai calon klien dengan pesan yang sesuai.
- Pengalaman Pelanggan: Dengan platform e-commerce yang baik, "Cavemen Solution" dapat memberikan pengalaman pelanggan yang unggul, dari pembelian hingga layanan pelanggan. Ini membantu memperkuat hubungan dengan klien.

Dengan memanfaatkan e-commerce, "Cavemen Solution" dapat memperluas pengaruh merek mereka, meningkatkan aksesibilitas layanan mereka, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang semuanya memberikan manfaat positif bagi brand jasa mereka.

3) *Konsep E-Commerce*

Konsep e-commerce atau perdagangan elektronik, merujuk pada praktik bisnis yang melibatkan pembelian, penjualan, dan pertukaran barang atau layanan melalui platform digital, terutama melalui internet.

2.7 Pengertian Analisis SWOT

Menurut Boseman dalam Wisnubrot (2013:162), analisis SWOT (SWOT analysis) adalah proses penarikan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dalam organisasi dan dunia bisnis dikenal sebagai penaksiran atau analisis SWOT.

Sedangkan Jogiyanto dalam Widharta (2013:6) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal, digabungkan dengan peluang dan ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan dengan maksud strategi. Tujuan dan strategi diterapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Menurut salah satu pakar SWOT, Fredy Rangkuti, analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.

2.8 Unsur-unsur SWOT

Menurut Dj. Rusmawati (2017:918) unsur-unsur SWOT meliputi:

1. Kekuatan (Strengths):

- Kustomisasi Tinggi: Cavemen Solution unggul dalam kemampuan untuk menyediakan solusi teknologi yang sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan setiap klien. Ini menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan karena pelanggan menginginkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Reputasi Kepercayaan: Brand jasa ini telah membangun reputasi yang kuat untuk keandalan dan kualitas layanan mereka, yang merupakan faktor penting dalam memenangkan kepercayaan pelanggan.
- Sumber Daya Terkini: Cavemen Solution" unggul dalam memiliki tim yang sangat terampil dan akses ke perangkat keras serta perangkat lunak terkini yang mendukung pengembangan solusi teknologi berkualitas tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan klien dengan cermat dan efisien.

2. Kelemahan (Weaknesses):

- Biaya Kustomisasi: Tingginya tingkat kustomisasi mungkin memerlukan biaya tambahan, yang bisa menjadi kelemahan jika calon klien memiliki anggaran terbatas.
- Kompleksitas Implementasi: Kompleksitas dalam implementasi mungkin mengakibatkan proses yang memerlukan waktu yang lebih lama saat menerapkan solusi yang sangat disesuaikan dengan kebutuhan klien, dan hal ini dapat menjadi hambatan bagi sebagian pelanggan.

3. Peluang (Opportunities):

- Pertumbuhan Pasar Teknologi: Dalam era digital yang terus berkembang, peluang untuk menyediakan solusi teknologi yang inovatif semakin besar.
- Kemitraan Strategis: Kerjasama dengan penyedia teknologi atau pihak lain dapat menjadi jalan untuk "Cavemen Solution" memperluas jangkauan dan meningkatkan kemampuannya.

4. Ancaman (Threats):

- Pesatnya Perkembangan Teknologi: Perkembangan teknologi yang cepat bisa menjadi ancaman jika Cavemen Solution kesulitan menjaga kesetaraan dengan tren industri.
- Persaingan Kuat: Industri teknologi merupakan arena yang sangat kompetitif, di mana banyak pesaing lain bersaing untuk memasarkan solusi serupa. Persaingan yang ketat ini mengharuskan Cavemen Solution untuk tetap berinovasi dan membedakan diri agar dapat berhasil di pasar.

2.11 Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT memberikan manfaat berikut untuk "Cavemen Solution":

- ✓ Memahami kondisi bisnis dengan lebih baik.
- ✓ Memilih strategi yang sesuai dengan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman.
- ✓ Mengambil keputusan yang terinformasi terkait investasi dan pengembangan.
- ✓ Meningkatkan kinerja bisnis dengan mengoptimalkan sumber daya.
- ✓ Mengelola ancaman dan menggali peluang pertumbuhan

2.12 Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT

Menurut Purwanto dalam Dj. Rusmawati (2017:919) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor Eksternal :

- a) Lingkungan
- b) Pemerintah
- c) Trend
- d) Perkembangan Teknologi
- e) Budaya

- f) Kondisi sosial dan politik
- g) kondisi ekonomi suatu negara
- h) Budaya yang berkembang di masyarakat sekitar

2. Faktor Internal :

- a) Pengalaman Perusahaan
- b) Finansial pada Perusahaan
- c) Sumber daya yang dimiliki perusahaan
- d) Produk yang dihasilkan
- e) Kemampuan distribusi produk bisnis nya Kemampuan marketing dari perusahaan.

BAB 3

BRAND

3.1 Identitas Brand

Identitas Brand Cavemen Solution meliputi :

1. **Pendiri:** Riski Dwi Patrio, yang juga berperan sebagai pengembang dan bertanggung jawab penuh atas brand ini, didukung oleh kedua saudaranya, yaitu Rizki Ramadhani (adik) sebagai pekerja dalam pengembangan solusi teknologi, dan Muhammad Hadi Pranowo (kakak) sebagai pembimbing sekaligus pemasar untuk brand ini.
2. **Nama Brand:** "Cavemen Solution" memadukan unsur-unsur yang menarik dan kontras. Dalam konteks ini, "Cavemen" mengacu pada manusia purba atau orang gua, yang menciptakan konsep primitif atau asal manusia. Sementara "Solution" berarti solusi atau penyelesaian masalah.

Secara umum, nama "Cavemen Solution" mencerminkan keberanian mereka dalam memberikan solusi teknologi yang kuat, kreatif, dan ramah manusia. Sebagai pengembara digital, mereka menjelajahi gua teknologi untuk menemukan solusi canggih bagi masalah modern. Nama ini menciptakan perasaan unik dan menarik yang menggambarkan sifat kreatif dan inovatif merek ini.

3. **Slogan:** "Transforming Ideas into Code, Dreams into Reality." Slogan ini menekankan komitmen merek untuk mengubah ide menjadi solusi teknologi yang nyata.

4. Logo:



Logo "Cavemen Solution" menampilkan ikon primitif yang berpadu dengan elemen teknologi modern, menciptakan citra merek yang seimbang antara kreativitas dan kemajuan.

Warna: Brand jasa ini memilih warna yang mencerminkan kreativitas (hijau) dan keandalan (abu-abu dan hitam).

5. Nilai Inti: Kreativitas, Kustomisasi, Keandalan, Inovasi.

Berikut merupakan layanan jasa yang tersedia di Cavemen Solution :

✓ Pembuatan dan Pengembangan Website

Siap membantu Anda dalam pembuatan dan pengembangan situs web sesuai dengan tujuan bisnis Anda, mengutamakan performa dan desain yang menarik. Dengan pendekatan berfokus pada keinginan Anda, kami menciptakan situs web yang mencerminkan identitas bisnis Anda.

Website dapat mencakup : Homepage, About Us, Services, Portfolio/Company Profile, Contact, Blog, Catalog, Photo Gallery, Search Column, FAQ, Testimonials, Booking/Purchase, Careers, Login/Customer Portal, Social Media, Subscription, Etc.

✓ Pengembangan Software PC

Dapatkan solusi perangkat lunak PC kustom dari yang akan membantu Anda mengoptimalkan efisiensi kerja dan memenuhi kebutuhan bisnis Anda.

✓ Aplikasi Berbasis Web

Perangkat lunak atau program komputer yang dirancang untuk diakses dan digunakan melalui peramban web, tanpa perlu mengunduh atau menginstalnya ke perangkat pengguna. Aplikasi

ini seringkali dihosting di server jarak jauh dan dapat diakses oleh pengguna dari berbagai perangkat dengan koneksi internet. Keunggulan utama aplikasi berbasis web adalah kemudahan akses, tanpa batasan perangkat keras, dan pembaruan yang mudah dilakukan oleh penyedia layanan.

✓ **SEO**

Siap membantu meningkatkan visibilitas dan peringkat situs web Anda dalam mesin pencari. Dengan strategi SEO yang terukur dan terfokus, kami akan memastikan bahwa potensi pelanggan dapat menemukan Anda dengan mudah, membantu Anda mencapai kesuksesan online yang lebih besar.

✓ **Kebutuhan teknologi lainnya dapat didiskusikan terlebih dahulu**

3.2 Filosofi Brand

Filosofi yang mendasari merek jasa "Cavemen Solution" adalah tentang menggali kreativitas primitif sebagai sumber daya utama. Brand ini memandang kreativitas sebagai akar utama inovasi, mengambil inspirasi dari manusia primitif yang berpikir sederhana namun kreatif dalam menghadapi tantangan mereka. Filosofinya adalah menggabungkan kreativitas primitif ini dengan teknologi modern untuk menciptakan solusi teknologi yang kuat dan inovatif bagi para klien. Brand ini percaya bahwa dengan menyatukan kreativitas primitif dengan teknologi mutakhir, akan dapat memberikan solusi yang unik, ramah manusia, dan efektif untuk masalah modern dalam era digital ini.

3.3 Visi, Misi, dan Tujuan Brand

Visi:

Mewujudkan ide menjadi kode dan impian menjadi kenyataan. Kami bertekad untuk menjadi agen perubahan dalam dunia teknologi, menggabungkan kreativitas primitif dengan teknologi modern, dan membawa solusi teknologi yang kuat, inovatif, serta sepenuhnya sesuai dengan keinginan klien. Dengan semangat inovasi yang tinggi, kami ingin menjadi pelopor dalam memberikan solusi teknologi yang mampu mengubah dunia digital dan menciptakan nilai sejati bagi setiap klien kami.

Misi:

Berkomitmen untuk terus berinovasi, memberikan solusi yang sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan klien, mendengarkan dengan seksama, mempekerjakan tim berpengalaman, membangun kemitraan strategis, menjaga kualitas dan keandalan solusi, mengukur keberhasilan, dan selalu beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru. Dengan pendekatan ini, kami bertujuan untuk memberikan nilai maksimal dengan solusi teknologi kreatif dan sesuai dengan impian klien.

Tujuan :

Tujuan utama dibuatnya brand "Cavemen Solution" adalah untuk:

- 1) **Mengkomunikasikan Nilai Unik:** Menyoroti nilai-nilai inti yang membedakan brand ini dari pesaingnya, seperti kreativitas, kustomisasi tinggi, dan kualitas.
- 2) **Membangun Identitas Merek:** Menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali yang mencerminkan karakteristik unik.
- 3) **Membangun Kesadaran Merek:** Membangun kesadaran di kalangan klien potensial dan audiens target tentang keberadaan merek dan solusi teknologi yang ditawarkan.
- 4) **Menarik Pelanggan:** Menarik perhatian dan minat pelanggan potensial untuk menjadikan "Cavemen Solution" sebagai mitra teknologi mereka.
- 5) **Meningkatkan Citra:** Meningkatkan citra brand dengan menunjukkan komitmen terhadap kreativitas, inovasi, dan keandalan.
- 6) **Menciptakan Kepercayaan:** Membangun kepercayaan pelanggan dengan memberikan solusi teknologi yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.
- 7) **Menggapai Visi dan Misi:** Merealisasikan visi dan misi brand dalam memberikan solusi teknologi yang mengubah ide menjadi kode dan impian menjadi kenyataan.

Dengan mencapai tujuan ini, "Cavemen Solution" berharap untuk menjadi merek yang dikenal, dipercayai, dan menjadi pilihan utama bagi klien yang mencari solusi teknologi yang kreatif dan sesuai dengan keinginan.

3.4 Brand Image

Brand jasa "Cavemen Solution" mencerminkan citra merek yang unik, menggabungkan kreativitas primitif dengan teknologi modern. Brand ini dikenal sebagai pelopor dalam penyediaan solusi teknologi yang sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan klien, menciptakan citra keandalan dan kustomisasi yang tinggi. Reputasi merek ini didasarkan pada keandalan dan kualitas layanan yang kuat, membangun kepercayaan pelanggan. "Cavemen Solution" dianggap sebagai merek yang mampu menciptakan solusi yang unik dan membedakan diri dari pesaing, dengan fokus pada mengubah ide menjadi kode dan mimpi klien menjadi kenyataan.

3.5 Brand Positioning

Dalam dunia teknologi yang terus berubah, "Cavemen Solution" memposisikan diri sebagai pelopor yang menggabungkan warisan kreativitas primitif dengan teknologi modern. Merek ini dikenal karena solusi teknologi yang sangat disesuaikan, andal, dan inovatif yang memenuhi kebutuhan unik setiap klien. Dengan komitmen untuk mengubah ide menjadi kode dan mimpi menjadi kenyataan, "Cavemen Solution" membedakan diri sebagai perusahaan yang merangkul transformasi, memberikan solusi unik yang mencerminkan keunggulan merek ini di pasar teknologi.

3.6 Brand Experience

Brand experience mengacu pada pengalaman yang pelanggan atau konsumen alami ketika berinteraksi dengan suatu merek atau brand. Ini mencakup setiap titik kontak atau interaksi antara konsumen dan merek, mulai dari kunjungan ke situs web dan berbelanja produk hingga komunikasi dengan layanan pelanggan dan partisipasi dalam kampanye pemasaran.

Brand experience mencakup bagaimana konsumen merasa, apa yang mereka ingat, dan bagaimana mereka terlibat dengan merek tersebut. Sebuah pengalaman merek yang positif dan konsisten dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, membangun kepercayaan, dan menciptakan hubungan jangka panjang.

Aspek-aspek yang dapat memengaruhi brand experience termasuk kualitas produk atau layanan, desain visual, pengalaman pengguna, layanan pelanggan, pesan merek, konsistensi merek, serta sejauh mana merek tersebut memenuhi kebutuhan dan nilai-nilai pelanggan. Dengan menjaga brand experience yang positif, perusahaan dapat membedakan diri dari pesaing, membangun reputasi yang kuat, dan menciptakan hubungan yang bermakna dengan pelanggan.

3.7 Brand Differentiation

Diferensiasi merek 'Cavemen Solution' tercermin dalam pendekatan yang menggabungkan kreativitas primitif dengan teknologi modern. Brand jasa ini unggul dalam menyediakan solusi teknologi yang sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan klien, menciptakan perbedaan yang signifikan di pasar.

Keandalan layanan mereka dan reputasi yang telah dibangun membedakan merek ini sebagai mitra yang dapat diandalkan. 'Cavemen Solution' juga membedakan diri dengan konsep unik yaitu menghubungkan masa lalu dan masa depan dalam teknologi, menciptakan solusi yang berbeda dari yang lain. Brand ini mengutamakan keinginan klien dan, yang tak kalah penting, menawarkan harga yang terjangkau. Dengan fokus pada inovasi, transformasi, dan kualitas yang terjangkau, mereka menonjol sebagai merek yang mengutamakan keinginan klien dan mampu memberikan solusi teknologi yang kuat dan sesuai dengan kebutuhan individu maupun kelompok.

3.8 Target Market dan Segmentasi Pasar

Target market dan segmentasi pasar pada Brand Jasa "Cavemen Solution" adalah kelompok atau individu yang mencari solusi teknologi yang sangat disesuaikan dan inovatif. Di antaranya adalah :

- 1) Perusahaan dan Bisnis: Organisasi besar dan kecil yang membutuhkan pengembangan website, perangkat lunak PC, atau aplikasi mobile untuk keperluan bisnis mereka
- 2) Usaha Kecil dan Menengah (UKM): UKM sering mencari solusi teknologi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. "Cavemen Solution" dapat menjadi mitra yang ideal untuk menyediakan solusi yang sesuai dengan anggaran dan kebutuhan UKM.
- 3) Lembaga pendidikan: Sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan yang ingin mengembangkan platform e-learning, aplikasi pendidikan, atau solusi teknologi untuk pendidikan.
- 4) Organisasi Pemerintah: Pemerintah daerah dan nasional yang membutuhkan solusi teknologi untuk administrasi, pelayanan publik, dan proyek-proyek khusus.
- 5) Start-up Teknologi: Perusahaan rintisan teknologi yang mencari bantuan dalam mengembangkan produk atau layanan mereka
- 6) Individu: Individu yang mencari solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti pembuatan portofolio online, pengembangan aplikasi / situs web pribadi, maupun optimisasi SEO untuk blog pribadi.

3.9 Marketing Media

Media pemasaran (marketing media) adalah strategi yang digunakan oleh "Cavemen Solution" untuk mengenalkan dan mempromosikan layanan mereka ke target marketnya. Ini melibatkan penggunaan berbagai saluran media dan platform komunikasi untuk mencapai audiens mereka. Strategi media pemasaran "Cavemen Solution" dapat mencakup:

- 1) Sosial Media: Merek ini aktif di platform sosial seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, dan Twitter untuk berinteraksi dengan audiens mereka, membagikan berita, studi kasus, dan membangun kehadiran merek.
- 2) Web Freelancer : Aktif melibatkan penggunaan platform dan situs web freelancer sebagai saluran untuk mempromosikan layanan atau produk tertentu kepada audiens (Fastwork, Upwork, Freelancer, dan Fiverr)

- 3) Marketplace : Menawarkan produk (aplikasi yang sudah siap install) dan jasa via Tokopedia dan Shopee.
- 4) Webinar dan Seminar Online: Mengadakan acara online maupun offline seperti webinar dan seminar untuk memberi info kepada audiens tentang tren dan solusi teknologi terkini.
- 5) Relasi: Brand ini juga memanfaatkan hubungan dan pengaruh dari pelanggan yang ada atau pengguna untuk merekomendasikan produk atau layanan mereka kepada orang lain.

3.10 Brand Awareness

Brand awareness atau kesadaran merek adalah tingkat pemahaman dan kesadaran yang dimiliki oleh masyarakat atau pelanggan terhadap sebuah merek atau perusahaan. Dalam konteks "Cavemen Solution," brand awareness mengacu pada sejauh mana klien potensial dan pemangku kepentingan di dunia teknologi dan bisnis menyadari eksistensi dan reputasi merek "Cavemen Solution."

Brand awareness mencakup pemahaman tentang apa yang merek ini tawarkan, kualitas layanan yang mereka berikan, dan bagaimana merek tersebut membedakan diri dari pesaing. Upaya pemasaran dan promosi, seperti kampanye iklan di sosial media, konten online, dan interaksi dengan pelanggan, dapat membantu meningkatkan brand awareness dan menciptakan kesan positif terhadap merek "Cavemen Solution" di mata audiens mereka.

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dalam makalah ini, telah diuraikan secara komprehensif tentang "Cavemen Solution," sebuah brand jasa teknologi yang menyediakan berbagai layanan seperti pembuatan website, pengembangan perangkat lunak PC, aplikasi mobile, aplikasi berbasis web, dan SEO. Merek ini berfokus pada konsep "Transforming Ideas into Code, Dreams into Reality" yang mencerminkan komitmen mereka untuk menghadirkan solusi teknologi yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan klien.

Merek "Cavemen Solution" telah membangun citra merek yang kuat dengan menekankan kreativitas primitif, solusi yang sepenuhnya disesuaikan, dan keandalan. Brand ini memiliki posisi yang kuat dalam industri teknologi dan terus berinovasi untuk menjawab perkembangan cepat dalam teknologi.

4.2 Saran

- 1) Terus Bernovasi: "Cavemen Solution" sebaiknya terus berinovasi dalam penyediaan solusi teknologi yang relevan dengan tren terkini. Hal ini akan membantu untuk selalu tetap kompetitif dan mempertahankan posisi mereka dalam industri ini.
- 2) Diversifikasi Layanan: Brand jasa ini dapat mempertimbangkan diversifikasi layanan mereka untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan klien. Ini dapat mencakup pengembangan solusi teknologi yang lebih ramah pengguna, layanan perawatan, atau bahkan pelatihan teknis.
- 3) Penguatan Pemasaran: Untuk mencapai lebih banyak klien potensial, "Cavemen Solution" dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih kuat, seperti kampanye online yang ditargetkan, pemasaran media sosial yang aktif, atau kemitraan dengan platform teknologi yang ada.
- 4) Fokus pada Kepuasan Pelanggan: Terlepas dari pertumbuhan, penting untuk mempertahankan fokus pada kepuasan pelanggan. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memahami dengan baik kebutuhan mereka akan membantu mempertahankan citra merek yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

<https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/588>

Pengertian dan faktor yang mempengaruhi SWOT

<https://id.wikipedia.org/>

<https://scholar.google.com>