PROPOSAL BISNIS

APLIKASI LELANG “SILELO”

A logo with text on it

Description automatically generated

Disusun Oleh:

Yohanes Dimas Pratama - A11.2021.13254

Aryasatya Wistara Adhi - A11.2021.13678

Muhammad Hafidz Al H - A11.2021.13664

M Fauzi Eka - A11.2021.13357

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

TEKNIK INFORMATIKA

DAFTAR ISI

[A. EXECUTIVE SUMMARY 4](#_Toc166824205)

[B. GOALS AND BENEFIT 5](#_Toc166824206)

[Goals: 5](#_Toc166824207)

[Benefit: 5](#_Toc166824208)

[C. SWOT ANALYSIS 6](#_Toc166824209)

[Strengths (Kekuatan) 6](#_Toc166824210)

[Weaknesses (Kelemahan) 6](#_Toc166824211)

[Opportunities (Peluang) 6](#_Toc166824212)

[Threats (Ancaman) 6](#_Toc166824213)

[D. PRODUCT AND SERVICES 7](#_Toc166824214)

[Product 7](#_Toc166824215)

[Services 7](#_Toc166824216)

[E. RANCANGAN DESAIN APLIKASI 8](#_Toc166824217)

[User Interface 8](#_Toc166824218)

[Entitas Utama 8](#_Toc166824219)

[Alur Kerja 9](#_Toc166824220)

[F. MARKET PLAN 10](#_Toc166824221)

[Analisis Pasar 10](#_Toc166824222)

[Strategi Pemasaran 10](#_Toc166824223)

[Target Customer 10](#_Toc166824224)

[Pricing Strategy 10](#_Toc166824225)

[Rencana Pelaksanaan 11](#_Toc166824226)

[G. OPERATIONAL PLAN 12](#_Toc166824227)

[Pengembangan Platform 12](#_Toc166824228)

[Manajemen Lelang 12](#_Toc166824229)

[Dukungan Pelanggan 12](#_Toc166824230)

[Logistik dan Pengiriman 12](#_Toc166824231)

[Pemasaran dan Promosi 12](#_Toc166824232)

[Hukum dan Kepatuhan 12](#_Toc166824233)

[Manajemen Keuangan 13](#_Toc166824234)

[Peningkatan Berkelanjutan 13](#_Toc166824235)

[H. MANAGEMENT AND ORGANIZATION 14](#_Toc166824236)

[I. FINANCIAL STATEMENT 15](#_Toc166824237)

[Laporan Laba Rugi 15](#_Toc166824238)

[Laporan Neraca 15](#_Toc166824239)

[Laporan Arus Kas 16](#_Toc166824240)

[J. EXPENSES AND CAPITALIZATION 17](#_Toc166824241)

[K. FINANCIAL PLAN 18](#_Toc166824242)

[Proyeksi Pendapatan 18](#_Toc166824243)

[Proyeksi Biaya 18](#_Toc166824244)

[Proyeksi Laba Bersih 18](#_Toc166824245)

[Strategi Keuangan 18](#_Toc166824246)

[L. TIMELINE 19](#_Toc166824247)

# A. EXECUTIVE SUMMARY

SiLelo adalah sebuah aplikasi berbasis web yang dirancang untuk memudahkan proses jual beli barang melalui mekanisme lelang online. Aplikasi ini bertujuan untuk menghubungkan penjual dan pembeli dari berbagai lokasi, memungkinkan transaksi yang transparan, aman, dan efisien. Dengan visi untuk menjadi platform lelang terdepan, SiLelo menyediakan antarmuka yang user-friendly, sistem keamanan yang kuat, notifikasi real-time, dan berbagai metode pembayaran untuk mempermudah pengalaman pengguna. Fitur-fitur unggulan seperti sistem penawaran otomatis dan umpan balik serta rating pengguna menambah nilai lebih bagi para pengguna.

Keunggulan kompetitif SiLelo meliputi jangkauan global, proses lelang yang transparan, efisiensi biaya dibandingkan dengan lelang konvensional, dan layanan dukungan pelanggan yang responsif. Model bisnis kami didasarkan pada komisi penjualan, biaya pendaftaran barang lelang, dan fitur premium, termasuk paket langganan bulanan untuk penjual yang ingin memanfaatkan analisis penjualan dan promosi tambahan. Target pasar mencakup individu, kolektor, dan bisnis di berbagai wilayah, dengan fokus pada pasar-pasar berkembang di Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika Utara.

Strategi pemasaran kami meliputi digital marketing, kemitraan strategis, dan promosi khusus untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Proyeksi keuangan menunjukkan bahwa SiLelo akan mencapai break-even point dalam dua tahun dengan pertumbuhan pengguna yang stabil setiap bulannya, menunjukkan potensi keuntungan yang kuat dalam jangka panjang. Dengan semua fitur dan strategi yang diterapkan, kami yakin SiLelo akan menjadi solusi modern dan terpercaya dalam pasar lelang global.

# B. GOALS AND BENEFIT

## Goals:

* Meningkatkan Adopsi Pengguna

Mencapai basis pengguna aktif sebanyak 100.000 dalam tahun pertama peluncuran.

* Meningkatkan Keamanan Platform

Memastikan semua transaksi aman dan data pengguna terlindungi dari pelanggaran.

* Memperluas Jangkauan Pasar Lokal

Meningkatkan pangsa pasar lokal dengan akses website ke berbagai kota dan daerah di dalam negeri.

* Mengoptimalkan Pengalaman Pengguna

Mencapai rating kepuasan pengguna sebesar 90% atau lebih tinggi.

* Menghasilkan Pendapatan Berkelanjutan

Mencapai titik impas dalam dua tahun dan menghasilkan aliran pendapatan yang stabil.

## Benefit:

* Kemudahan dan Aksesibilitas

Pengguna dapat berpartisipasi dalam lelang dari mana saja di dunia, kapan saja, menghilangkan batasan geografis dan waktu dari lelang tradisional.

* Keamanan dan Kepercayaan

Langkah-langkah keamanan yang canggih memastikan bahwa transaksi aman dan data pengguna terlindungi, membangun kepercayaan di antara pengguna.

* Transparansi

Proses penawaran yang transparan dan riwayat penawaran yang terlihat memberikan kepercayaan pada keadilan proses lelang.

* Efisiensi Biaya

Biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan lelang tradisional, menghasilkan biaya yang lebih rendah dan nilai yang lebih baik bagi pengguna.

* Keterlibatan Real-Time

Notifikasi real-time membuat pengguna tetap terinformasi tentang status penawaran dan hasil lelang mereka, meningkatkan keterlibatan dan kepuasan.

* Opsi Pembayaran Beragam

Berbagai metode pembayaran menawarkan fleksibilitas dan kemudahan, memenuhi preferensi basis pengguna global.

* Pembangunan Komunitas dan Kepercayaan

Sistem umpan balik dan rating mendorong terciptanya komunitas yang terpercaya dengan memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman mereka dan membangun reputasi.

* Peluang Bisnis

Bisnis dapat mengelola inventaris dengan efisien melalui lelang, menjangkau audiens yang lebih luas, dan mengoptimalkan strategi penjualan mereka menggunakan analitik dan fitur premium.

# C. SWOT ANALYSIS

## Strengths (Kekuatan)

* Potensi Pendapatan Tinggi

Bisnis lelang memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan tinggi dari komisi penjualan.

* Kemudahan Akses

Dapat menjangkau pasar global dengan platform online yang dapat diakses oleh siapa saja dengan koneksi internet.

* Diversifikasi Barang

Kesempatan untuk memasarkan dan menjual berbagai barang mulai dari barang seni, barang koleksi, hingga kendaraan dan properti.

* Skalabilitas

Potensi untuk berkembang menjadi bisnis besar dengan jumlah peserta lelang yang bertambah.

## Weaknesses (Kelemahan)

* Ketergantungan pada Teknologi

Rentan terhadap gangguan teknis atau keamanan yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna.

* Kualitas Barang

Tidak ada jaminan atas kualitas barang yang dilelang, yang dapat memengaruhi reputasi platform.

* Kepercayaan Pelanggan

Memerlukan waktu untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap platform lelang online, terutama bagi pemain baru di pasar.

## Opportunities (Peluang)

* Peningkatan E-commerce

Perubahan perilaku konsumen menuju pembelian online dapat menguntungkan situs lelang.

* Kemitraan dengan Produsen atau Distributor

Kerja sama dengan produsen atau distributor untuk menjual inventaris surplus atau produk yang tidak terjual.

* Inovasi Teknologi

Penggunaan teknologi baru seperti AI atau blockchain dapat meningkatkan keamanan dan transparansi lelang.

## Threats (Ancaman)

* Persaingan

Persaingan dari platform lelang yang sudah mapan seperti eBay atau Christie's.

* Regulasi

Potensi perubahan regulasi terkait penjualan dan pembelian online.

* Penipuan dan Kecurangan

Ancaman penipuan atau kecurangan dalam transaksi lelang yang dapat merusak reputasi bisnis.

# D. PRODUCT AND SERVICES

## Product

* Platform Lelang Online

SiLelo menyediakan platform lelang online berbasis web yang mudah digunakan untuk menjual dan membeli berbagai jenis barang, mulai dari barang koleksi hingga barang kebutuhan sehari-hari. Antarmuka yang user-friendly memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mencari, melihat, dan menawar barang lelang.

* Dashboard Pengguna

Dashboard pengguna memberikan akses mudah ke semua aktivitas lelang pengguna, termasuk riwayat penawaran, status lelang saat ini, dan hasil lelang. Dashboard ini juga menyediakan analisis penawaran untuk membantu pengguna membuat keputusan yang lebih baik.

## Services

* Keamanan Transaksi

SiLelo memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan aman melalui enkripsi data dan sistem verifikasi pengguna. Langkah-langkah keamanan ini melindungi informasi pribadi dan keuangan pengguna dari ancaman siber.

* Dukungan Pelanggan 24/7

Tim dukungan pelanggan SiLelo tersedia 24/7 untuk membantu pengguna dengan pertanyaan atau masalah yang mereka hadapi. Dukungan ini mencakup bantuan teknis, panduan penggunaan platform, dan penyelesaian sengketa.

* Notifikasi Real-Time

Pengguna menerima notifikasi instan melalui email dan push notifications tentang status lelang, penawaran baru, dan hasil lelang. Fitur ini memastikan bahwa pengguna tidak ketinggalan informasi penting selama proses lelang.

* Penawaran Otomatis

Fitur penawaran otomatis memungkinkan pengguna untuk memasukkan penawaran maksimal mereka, dan sistem akan secara otomatis menaikkan penawaran mereka hingga batas yang ditentukan jika ada penawaran yang lebih tinggi.

* Promosi Barang Lelang

SiLelo menawarkan layanan promosi barang lelang untuk meningkatkan visibilitas barang yang dijual. Barang yang dipromosikan akan ditampilkan di halaman depan dan di tempat-tempat strategis lainnya di platform untuk menarik lebih banyak penawar.

* Metode Pembayaran Beragam

SiLelo mendukung berbagai metode pembayaran, termasuk kartu kredit, transfer bank, dan e-wallet, memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi pengguna.

* Jasa Pengiriman

SiLelo menawarkan solusi logistik untuk mengirim barang yang dimenangkan dari penyelenggara lelang kepada peserta lelang, termasuk pengemasan yang aman dan asuransi pengiriman.

* Sistem Umpan Balik dan Rating

Sistem umpan balik dan rating memungkinkan pengguna untuk menilai dan memberi ulasan tentang pengalaman mereka dengan penjual atau pembeli. Sistem ini membantu membangun kepercayaan dan reputasi dalam komunitas SiLelo.

# E. RANCANGAN DESAIN APLIKASI

## User Interface

Di dalam Dashboard admin ini kami terdapat beberapa fitur seperti melihat tawaran lelang yang nantinya akan dilihat oleh user, lalu ada search bar untuk mencari tawaran lelang yang aktif atau barang yang di inginkan, selanjutnya ada filter kategori barang yaitu mengelompokan barang sesuai kategori barang. Dan yang terakhir di sebelah kiri ada Navbar yang berguna untuk mengarahkan admin mengakses fitur lain di website seperti Data Admin, Data Pelelang, Data Barang, Dan lain-lain.

A screenshot of a computer screen

Description automatically generated

## Entitas Utama

1. Pengguna (User)

* Mewakili individu yang menggunakan aplikasi lelang untuk membeli atau menjual barang.
* Pengguna dapat menjadi penjual yang menawarkan barang atau pembeli yang mengajukan penawaran.

1. Barang (Item)

* Mewakili produk atau barang yang dilelang di platform.
* Setiap barang memiliki deskripsi, gambar, dan informasi lainnya yang relevan.

1. Lelang (Auction)

* Mewakili proses penawaran untuk barang tertentu.
* Lelang memiliki batas waktu tertentu dan berakhir saat waktu lelang berakhir atau ketika penawaran tertinggi dicapai.

1. Penawaran (Bid)

* Mewakili tawaran harga yang diajukan oleh pengguna untuk suatu barang di lelang.
* Penawaran tertinggi pada saat lelang berakhir akan menjadi pemenangnya.

1. Transaksi (Transaction)

* Mewakili proses pembayaran dan pengiriman barang setelah lelang selesai.
* Transaksi mencatat detail pembayaran, pengiriman, dan penerimaan barang.

## Alur Kerja

1. Pendaftaran dan Otentikasi

Pengguna pertama-tama mendaftar di aplikasi lelang dengan mengisi formulir pendaftaran yang meminta informasi dasar seperti nama, alamat email, dan kata sandi. Setelah pendaftaran, sistem mengirimkan tautan verifikasi ke email pengguna atau kode verifikasi melalui SMS untuk memastikan keabsahan akun.

1. Penawaran pada Barang

Setelah masuk ke dalam aplikasi, pengguna dapat menelusuri daftar barang yang dilelang dan memilih barang yang diminati. Mereka kemudian dapat menawar harga tertinggi yang mereka bersedia bayar untuk barang tersebut. Proses ini melibatkan pengguna memasukkan jumlah penawaran mereka dan mengonfirmasi penawaran tersebut.

1. Proses Lelang

Setelah pengguna menawar pada barang yang mereka inginkan, lelang dimulai. Selama periode lelang, pengguna dapat terus menaikkan tawaran mereka jika ada penawaran baru. Mereka juga dapat melihat penawaran lain yang masuk untuk barang yang sama dan memutuskan apakah mereka ingin menawar lebih tinggi.

1. Penutupan Lelang

Lelang berakhir ketika waktu yang ditentukan habis atau tidak ada lagi penawaran baru yang diterima. Pemenang lelang adalah penawar dengan penawaran tertinggi pada saat lelang berakhir. Aplikasi secara otomatis menutup lelang dan mengumumkan pemenangnya.

1. Penyelesaian Transaksi

Setelah lelang ditutup, pemenang lelang dan penjual menyelesaikan transaksi. Ini melibatkan pembayaran oleh pemenang kepada penjual sesuai dengan harga penawaran dan pengiriman barang oleh penjual kepada pemenang. Setelah transaksi selesai, pengguna dapat memberikan ulasan dan umpan balik tentang pengalaman mereka.

# F. MARKET PLAN

## Analisis Pasar

* Identifikasi Target Pasar

Melakukan penelitian untuk mengidentifikasi segmen pasar utama, termasuk individu, kolektor, dan bisnis yang tertarik dalam proses lelang online.

* Analisis Persaingan

Meninjau kompetisi dalam industri lelang online untuk memahami kekuatan dan kelemahan pesaing serta menemukan celah pasar yang belum terpenuhi.

## Strategi Pemasaran

* Pemasaran Digital

Menggunakan SEO, iklan PPC, dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas SiLelo di antara audiens target.

* Konten Berkualitas

Membuat konten informatif dan menarik seperti blog, artikel, dan video yang relevan dengan dunia lelang online untuk menarik perhatian calon pengguna.

* Kemitraan Strategis

Bermitra dengan influencer, blogger, dan situs web terkait untuk mendapatkan endorsement dan peningkatan visibilitas.

* Program Referral

Mengimplementasikan program referral untuk mendorong pengguna aktif untuk mengajak teman dan keluarga bergabung dengan SiLelo.

* Promosi Khusus

Menawarkan diskon, penawaran khusus, dan kontes untuk mempercepat pertumbuhan basis pengguna dan mempertahankan pengguna yang ada.

## Target Customer

* Pecinta Barang Unik

Individu yang tertarik dengan barang-barang unik, langka, atau eksklusif yang mungkin sulit ditemukan di tempat lain.

* Kolektor

Orang yang gemar mengoleksi barang-barang antik, seni, atau koleksi lainnya dan mencari platform untuk memperluas koleksi mereka.

* Pemburu Kesepakatan

Pelanggan yang mencari kesepakatan bagus dan penawaran terbaik dalam proses lelang.

* Pengguna Aktif Online

Pengguna yang nyaman dengan transaksi online dan sering berbelanja secara daring, termasuk dalam kegiatan lelang.

## Pricing Strategy

* Auction Fees

SiLelo dapat mengenakan biaya lelang kepada penjual berdasarkan persentase dari harga jual barang atau biaya tetap untuk setiap item yang dijual.

* Membership Fees

SiLelo dapat menawarkan paket keanggotaan premium dengan manfaat tambahan, seperti akses eksklusif ke lelang tertentu atau diskon pada biaya lelang.

* Transaction Fees

Biaya tambahan dapat dikenakan pada transaksi tertentu, seperti biaya penanganan atau biaya administrasi.

* Premium Features

SiLelo dapat menawarkan fitur premium atau upgrade kepada pengguna dengan biaya tambahan, seperti pemberitahuan langsung tentang lelang yang menarik minat mereka atau akses ke lelang eksklusif.

## Rencana Pelaksanaan

* Fase 1 (0-3 bulan)

Meluncurkan kampanye pemasaran digital awal untuk meningkatkan kesadaran brand dan mendapatkan pengguna awal. Membangun basis pengguna dengan fokus pada pertumbuhan organik dan pembentukan komunitas.

* Fase 2 (4-6 bulan)

Memperluas kampanye pemasaran dengan menargetkan pasar regional dan memperkenalkan fitur-fitur baru yang menarik bagi pengguna.

* Fase 3 (7-12 bulan)

Mengoptimalkan strategi pemasaran berdasarkan data dan umpan balik pengguna. Melakukan evaluasi kinerja dan penyesuaian strategi untuk mencapai target pertumbuhan pengguna yang ditetapkan.

# G. OPERATIONAL PLAN

## Pengembangan Platform

Pengembangan platform merupakan inti dari operasional SiLelo. Tim teknis akan terus memperbaiki dan memelihara situs web dan aplikasi seluler SiLelo untuk memastikan bahwa pengguna memiliki pengalaman yang lancar dan memuaskan. Perbaikan rutin dilakukan berdasarkan umpan balik pengguna dan tren pasar untuk memastikan SiLelo tetap relevan dan kompetitif. Keamanan platform juga menjadi fokus utama, dengan langkah-langkah yang diimplementasikan untuk melindungi data pengguna dan memastikan keamanan transaksi.

## Manajemen Lelang

Manajemen lelang yang efisien sangat penting untuk memastikan bahwa proses penawaran dan penjualan berjalan lancar. Tim akan mengembangkan dan menerapkan sistem manajemen lelang yang canggih untuk memfasilitasi proses tersebut. Ini termasuk memberikan alat kepada penjual untuk memasukkan barang mereka dengan efektif dan memantau lelang secara real-time untuk menjamin keadilan dan menyelesaikan perselisihan dengan cepat.

## Dukungan Pelanggan

Penting untuk memiliki tim dukungan pelanggan yang responsif dan terlatih dengan baik untuk membantu pengguna dalam mengatasi pertanyaan, masalah teknis, atau perselisihan yang mungkin timbul. Berbagai saluran dukungan, seperti email, obrolan langsung, dan dukungan telepon, akan tersedia untuk mengakomodasi preferensi pengguna. Pelatihan yang komprehensif akan diberikan kepada tim dukungan pelanggan untuk memastikan bahwa masalah pelanggan dapat diatasi dengan cepat dan efektif.

## Logistik dan Pengiriman

Logistik dan pengiriman adalah bagian penting dari operasional SiLelo, terutama karena sebagian besar transaksi dilakukan secara online. SiLelo akan bermitra dengan penyedia logistik terpercaya untuk menawarkan opsi pengiriman yang efisien dan hemat biaya bagi pembeli dan penjual. Langkah-langkah juga akan diambil untuk memastikan penanganan dan pengemasan barang yang tepat guna, sehingga risiko kerusakan selama pengiriman dapat diminimalkan.

## Pemasaran dan Promosi

Pemasaran dan promosi akan memainkan peran penting dalam menarik pengguna baru ke platform dan meningkatkan kesadaran merek SiLelo. Strategi pemasaran komprehensif akan dikembangkan, meliputi kampanye online dan offline, serta kerjasama dengan influencer dan mitra industri. Tujuannya adalah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas merek.

## Hukum dan Kepatuhan

Kepatuhan hukum adalah aspek yang sangat penting dari operasional SiLelo. Tim akan memastikan bahwa platform beroperasi sesuai dengan semua hukum dan peraturan yang berlaku, termasuk yang terkait dengan lelang online, perlindungan data, dan hak konsumen. Syarat dan ketentuan yang jelas akan ditetapkan untuk pengguna, dan kebijakan akan ditegakkan untuk mempertahankan integritas dan kepercayaan pelanggan.

## Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan yang baik akan membantu SiLelo mencapai tujuan keuangan yang ditetapkan. Sistem manajemen keuangan yang kuat akan diimplementasikan untuk melacak pendapatan, biaya, dan profitabilitas dengan akurat. Metrik keuangan kunci akan dipantau secara teratur, dan strategi akan disesuaikan sesuai kebutuhan untuk mengoptimalkan kinerja keuangan.

## Peningkatan Berkelanjutan

Peningkatan berkelanjutan adalah kunci untuk kesuksesan jangka panjang SiLelo. Umpan balik dari pengguna dan pemangku kepentingan akan diambil untuk mengidentifikasi area perbaikan dan inovasi. Evaluasi rutin akan dilakukan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas operasional, dan investasi akan dilakukan dalam pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan. Dengan pendekatan ini, SiLelo akan terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan dalam pasar dan teknologi.

# H. MANAGEMENT AND ORGANIZATION

1. CEO

Bertanggung jawab atas pengelolaan keseluruhan perusahaan dan pengambilan keputusan strategis. Mengarahkan visi perusahaan dan memastikan pencapaian tujuan jangka panjang.

1. Tim Operasional

* Chief Technology Officer (CTO)

Bertanggung jawab atas pengembangan teknis platform SiLelo dan infrastruktur teknologi.

* Pengembang Perangkat Lunak

Membangun, menguji, dan memelihara fitur-fitur platform.

* Analis Sistem

Menganalisis kebutuhan teknis, merancang solusi, dan memastikan kinerja sistem.

1. Tim Pemasaran

* Chief Marketing Officer (CMO)

Memimpin strategi pemasaran, branding, dan promosi.

* Spesialis Pemasaran Digital

Bertanggung jawab atas kampanye iklan online, SEO, dan media sosial.

* Kreatif Desainer

Menghasilkan materi promosi, grafis, dan konten kreatif.

1. Tim Dukungan Pelanggan

* Chief Customer Officer (CCO)

Memimpin strategi dukungan pelanggan dan memastikan kepuasan pengguna.

* Spesialis Dukungan Pelanggan

Menanggapi pertanyaan, masalah, dan umpan balik pengguna dengan cepat dan efektif.

* Manajer Pelatihan

Bertanggung jawab atas pelatihan staf dukungan pelanggan dan pengembangan keahlian.

1. Tim Keuangan dan Administrasi

* Chief Financial Officer (CFO)

Mengelola keuangan perusahaan, merencanakan anggaran, dan menganalisis kinerja keuangan.

* Manajer Administrasi

Bertanggung jawab atas administrasi umum, manajemen sumber daya manusia, dan proses operasional.

Struktur organisasi SiLelo didasarkan pada pendekatan hierarkis dengan garis komando yang jelas. Setiap tim memiliki kepemimpinan yang ditunjuk untuk mengarahkan strategi dan operasional tim tersebut. Komunikasi antar tim dijaga melalui pertemuan rutin, kolaborasi proyek, dan alat manajemen proyek.

# I. FINANCIAL STATEMENT

## Laporan Laba Rugi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Item | Tahun Ini (IDR) | Tahun Lalu (IDR) |
| Pendapatan Total | Rp3,500,000,000 | Rp2,520,000,000 |
| Biaya Operasional | Rp1,680,000,000 | Rp1,260,000,000 |
| Laba Kotor | Rp1,820,000,000 | Rp1,260,000,000 |
| Biaya Pemasaran | Rp490,000,000 | Rp350,000,000 |
| Biaya Teknologi | Rp560,000,000 | Rp420,000,000 |
| Gaji dan Upah | Rp700,000,000 | Rp560,000,000 |
| Laba Operasional | Rp70,000,000 | Rp0 |
| Beban Bunga | Rp280,000,000 | Rp210,000,000 |
| Laba Sebelum Pajak | Rp420,000,000 | Rp210,000,000 |
| Pajak Penghasilan | Rp70,000,000 | Rp0 |
| Laba Bersih | Rp350,000,000 | Rp210,000,000 |

## Laporan Neraca

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Aset | Tahun Ini (IDR) | Tahun Lalu (IDR) |
| Aset Lancar | Rp2,160,000,000 | Rp1,440,000,000 |
| Kas dan Setara Kas | Rp720,000,000 | Rp480,000,000 |
| Piutang Usaha | Rp600,000,000 | Rp360,000,000 |
| Persediaan | Rp480,000,000 | Rp600,000,000 |
| Aset Tetap | Rp1,440,000,000 | Rp1,080,000,000 |
| Bangunan dan Peralatan | Rp960,000,000 | Rp720,000,000 |
| Akumulasi Penyusutan | Rp240,000,000 | Rp180,000,000 |
| Total Aset | Rp3,600,000,000 | Rp2,520,000,000 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liabilitas dan Ekuitas | Tahun Ini (IDR) | Tahun Lalu (IDR) |
| Liabilitas |  |  |
| Hutang Lancar | Rp960,000,000 | Rp720,000,000 |
| Hutang Jangka Panjang | Rp480,000,000 | Rp240,000,000 |
| Total Liabilitas | Rp1,440,000,000 | Rp960,000,000 |
| Ekuitas |  |  |
| Modal Saham | Rp3,600,000,000 | Rp2,400,000,000 |
| Laba Ditahan | Rp2,160,000,000 | Rp1,680,000,000 |
| Total Ekuitas | Rp5,760,000,000 | Rp4,080,000,000 |
| Total Liabilitas dan Ekuitas | Rp7,200,000,000 | Rp5,400,000,000 |

## Laporan Arus Kas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Aktivitas Kas | Tahun Ini (IDR) | Tahun Lalu (IDR) |
| Arus Kas dari Operasi | Rp1,440,000,000 | Rp1,080,000,000 |
| Arus Kas dari Investasi | Rp720,000,000 | Rp540,000,000 |
| Arus Kas dari Pendanaan | Rp360,000,000 | Rp180,000,000 |
| Perubahan Bersih Kas | Rp1,080,000,000 | Rp720,000,000 |
| Kas Awal Tahun | Rp720,000,000 | Rp0 |
| Kas Akhir Tahun | Rp1,800,000,000 | Rp720,000,000 |

# J. EXPENSES AND CAPITALIZATION

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategori | Deskripsi | Biaya (IDR) |
| Pendapatan | | |
| Penjualan Layanan Utama | Komisi dari transaksi lelang | Rp2,000,000,000 |
| Layanan Premium | Biaya fitur premium dan penawaran khusus | Rp1,000,000,000 |
| Iklan | Pendapatan dari iklan di platform | Rp500,000,000 |
| Pendapatan Afiliasi | Pendapatan dari program afiliasi dengan mitra | Rp100,000,000 |
| Total Pendapatan | | Rp3,600,000,000 |
| Pengeluaran Operasional | | |
| Gaji Karyawan | Gaji untuk semua karyawan dalam perusahaan | Rp650,000,000 |
| Tunjangan Karyawan | Tunjangan untuk semua karyawan berupa kesehatan, transportasi, dan lainnya | Rp150,000,000 |
| Biaya Pemasaran | Biaya untuk kampanye pemasaran dan promosi | Rp400,000,000 |
| Kampanye Digital | Iklan di media sosial, Google Ads, dll | Rp300,000,000 |
| Promosi Offline | Brosur, pameran, dan event promosi | Rp100,000,000 |
| Biaya Teknologi | Biaya untuk infrastruktur dan pengembangan teknologi | Rp400,000,000 |
| Server dan Hosting | Biaya server, hosting, dan domain | Rp250,000,000 |
| Pengembangan Perangkat Lunak | Biaya pengembangan dan pemeliharaan platform | Rp150,000,000 |
| Biaya Operasional Lainnya | Biaya untuk kebutuhan operasional lainnya | Rp600,000,000 |
| Sewa Kantor | Biaya sewa kantor | Rp250,000,000 |
| Utilitas | Listrik, air, internet | Rp100,000,000 |
| Asuransi | Asuransi karyawan dan properti | Rp100,000,000 |
| Administrasi | Biaya administrasi dan peralatan kantor | Rp150,000,000 |
| Pengeluaran Non-Operasional | | |
| Pembayaran Pinjaman | Pembayaran angsuran pinjaman perusahaan | Rp50,000,000 |
| Pembelian Aset Tetap | Biaya untuk pembelian aset tetap | Rp250,000,000 |
| Lain-lain | Biaya untuk keperluan non-operasional lainnya | Rp50,000,000 |
| Total Pengeluaran | | Rp3,250,000,000 |
| Laba Bersih | | Rp350,000,000 |

# K. FINANCIAL PLAN

## Proyeksi Pendapatan

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Pendapatan (IDR) |
| 2024 | Rp4,000,000,000 |
| 2025 | Rp6,000,000,000 |
| 2026 | Rp8,000,000,000 |

## Proyeksi Biaya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kategori | 2024 (IDR) | 2025 (IDR) | 2026 (IDR) |
| Biaya Operasional | Rp2,000,000,000 | Rp3,000,000,000 | Rp4,000,000,000 |
| Biaya Pemasaran | Rp500,000,000 | Rp700,000,000 | Rp900,000,000 |
| Biaya Teknologi | Rp600,000,000 | Rp900,000,000 | Rp1,200,000,000 |
| Gaji dan Upah | Rp800,000,000 | Rp1,200,000,000 | Rp1,600,000,000 |
| Total Biaya | Rp3,900,000,000 | Rp5,800,000,000 | Rp7,700,000,000 |

## Proyeksi Laba Bersih

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Laba Bersih (IDR) |
| 2024 | Rp100,000,000 |
| 2025 | Rp200,000,000 |
| 2026 | Rp300,000,000 |

## Strategi Keuangan

* Pengendalian Biaya

SiLelo akan melakukan pengendalian biaya yang ketat untuk memastikan penggunaan dana yang efisien dan memprioritaskan pengeluaran yang memberikan nilai tambah terbesar bagi perusahaan.

* Pengelolaan Kas

Perusahaan akan mengelola kas dengan hati-hati, memantau arus kas secara berkala, dan memastikan tersedianya likuiditas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi.

* Pengembalian Modal

Sebagian dari laba bersih akan digunakan untuk pengembalian modal kepada pemegang saham atau investor, sementara sisanya akan dialokasikan untuk pengembangan produk, ekspansi pasar, dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

* Diversifikasi Pendapatan

SiLelo akan mencari berbagai sumber pendapatan, termasuk layanan tambahan dan kemitraan strategis, untuk mengurangi risiko dan meningkatkan stabilitas pendapatan.

# L. TIMELINE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kegiatan | Pra Launching | Tahun 1 | Tahun 2 | Tahun 3 |
| Riset Aplikasi & Sistem Lelang Offline |  |  |  |  |
| Pembuatan Aplikasi |  |  |  |  |
| Mengurus Perizinan Usaha |  |  |  |  |
| Pembelian Utility Awal |  |  |  |  |
| Promosi Aplikasi Kepada Mitra Yang Dapat Bekerja Sama |  |  |  |  |
| Penawaran Aplikasi pada Penjual Kecil |  |  |  |  |
| Training Penjual Menggunakan Aplikasi |  |  |  |  |
| Launching Aplikasi |  |  |  |  |
| Pemantauan Kualitas barang secara random check |  |  |  |  |
| Media promotion |  |  |  |  |
| Pengembangan Aplikasi dari Feedback User |  |  |  |  |
| Event Tahunan |  |  |  |  |
| Riset Kepuasan Pelanggan |  |  |  |  |
| Peningkatan Performa Aplikasi |  |  |  |  |
| Peningkatan Ilmu dan Wawasan para Pekerja dengan Bootcamp |  |  |  |  |