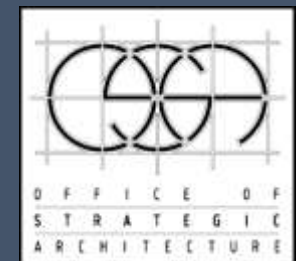




# Contra Hegemony

## The General Ideas

*Eka Swadiansa*



## BUSINESS CYCLE

Labor  
Value  
Instrument

## CREATIVE DESTRUCTION

Wage & Surplus Value  
Use/Exchange Value  
Means of Production &  
Relation of Production

## CAPITAL ACCUMULATION

Commodities  
Money  
Production

## Business Cycle

The Net  
LCC  
Accelerated Technology  
Transfer

## CREATIVE SUSPENSIONS

Time (Credit Card)  
Value (Bubbles)  
Reality (Derivative)

## CAPITAL ACCUMULATION

Labor Flight,  
Currency Deviation  
Reverse Engineering

Micro Do It Yourself  
Skak Industries



### 1001 INSPIRASI RAMADHAN

276,809 views • 3 weeks ago



### OJO NGISING SEMBARANGAN

322,959 views • 1 month ago



### The Story of Gedhang Goreng

458,517 views • 1 month ago



### LUPA !?

653,837 views • 3 months ago



### 5 JOMBLO PETARUNG

507,001 views • 4 months ago



### KUAH LEBIH NIKMAT

441,587 views • 5 months ago



### Dolan Game! GTA Serbu Markas Tentara

741,722 views • 5 months ago



### MY VALENTINE'S DAY

461,537 views • 5 months ago



### YOUTUBE Change MY LIFE

135,848 views • 5 months ago

CC



### Dolan Game! YUK SRI SUSUNE GEDE

438,846 views • 5 months ago



### Dolan Game! NARUTO ultimate ninja storm 4

454,497 views • 5 months ago



### Dolan Game! THE ADVENTURE of YUK SRI

194,885 views • 5 months ago

# Di Balik Layar SKAK

[https://www.youtube.com/watch?v=WbHNOAnRm\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=WbHNOAnRm_Y)

(08:25-10:50)

$$400,000/1,000 \times 1 \text{ USD} \times 80\% = 320$$

+/- IDR 4,000,000/week

= monthly payment of fresh graduated officer  
working in multinational company in Jakarta

$$1,000,000/1,000 \times 10 \text{ USD} \times 80\% = 8,000$$

+/- IDR 100,000,000/week

= monthly payment of CEO  
working in multinational company in Jakarta

# Internet Video Star

[https://www.youtube.com/watch?v=Qt2mA2A\\_jPE](https://www.youtube.com/watch?v=Qt2mA2A_jPE)



## BUSINESS CYCLE

Labor  
Value  
Instrument



## Business Cycle

The Net  
LCC  
Accelerated Technology  
Transfer

## CREATIVE DESTRUCTION

Wage & Surplus Value  
Use/Exchange Value  
Means of Production &  
Relation of Production



## CREATIVE SUSPENSIONS

Time (Credit Card)  
Value (Bubbles)  
Reality (Derivative)

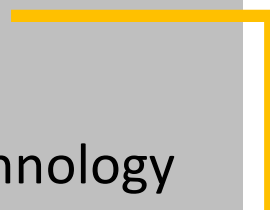
## CAPITAL ACCUMULATION

Commodities  
Money  
Production



## CAPITAL ACCUMULATION

Labor Flight,  
Currency Deviation  
Reverse Engineering



Small Medium Enterprise  
fix / Interactive People



fun, innovative  
& extraordinary  
think the unthinkable

# fix HFGM Project

<https://www.youtube.com/watch?v=ZlVGjgw138M>

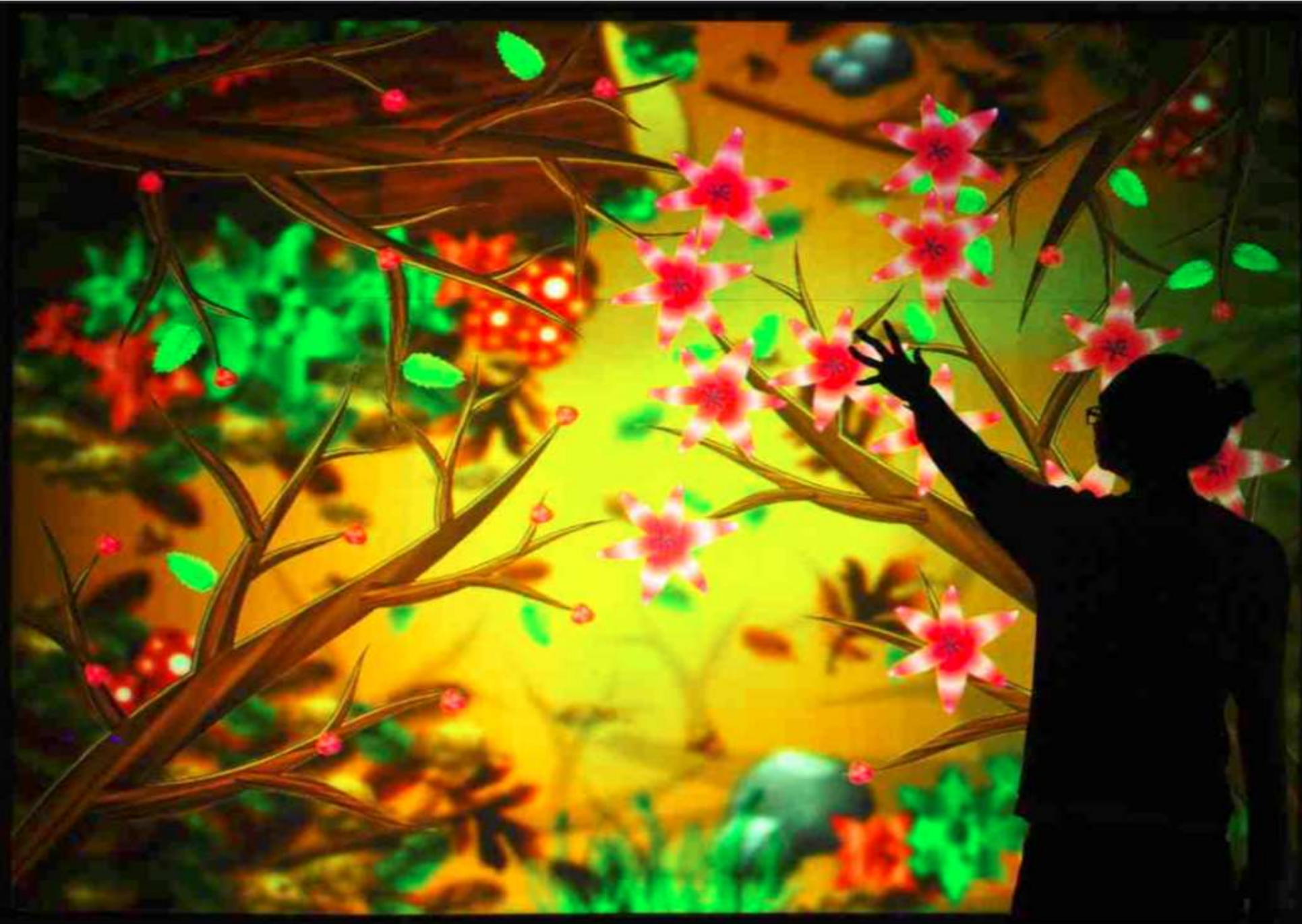
<http://www.eryc.name/spades-interactive-white-board.html>



*portfolio & product catalogue//*









Issue 01.1  
Portfolio



**P**ercayakah anda bahwa didunia ini ada orang bodoh? Jika anda percaya, coba pikirkan sesuatu yang tak terpikirkan oleh anda sebelumnya! Masihkah anda percaya bahwa orang bodoh itu ada?

Lalu, dukungan apa yang layak kami berikan untuk membantu mewujudkan mimpi besar anda ? Kami akan membantu menerjemahkan keinginan anda kedalam kaidah – kaidah interaksi, yang mampu dipahami oleh sebuah computer. Sehingga proses komunikasi antara manusia dengan computer kian interaktif. Dan itulah **HCI (Human and Computer Interface)** yang merupakan area spesialisasi kami. Untuk menyajikan sebuah kesan dinamis, tentunya kami juga perlu mengintegrasikan antara seni dan ilmu pengetahuan. Kami adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi kreatif. Fokus kami tertuju pada pembuatan produk multimedia interaktif. Potensi pengembangan yang memungkinkan dari bidang kami memiliki fleksibilitas untuk bisa diaplikasikan ke sub-bidang apapun, selama bidang tersebut berkaitan dengan dua elemen pokok pada area spesialisasi kami yaitu manusia dan komputer. Tentunya, segalanya bakal jadi lebih mudah ketika semua saling memahami. Begitu pun ketika sebuah komputer lebih memahami manusia.

Gagasan tersebut yang mengakomodasi kami untuk menjawab segala kebutuhan anda akan kehadiran atmosfer interaktif dan ekspresif di setiap tempat yang anda kehendaki. Dan untuk itu lah kami hadir untuk membantu anda dalam mewujudkan mimpi besar anda lewat integrasi art, science & engineering.



**D**id you ever believe that stupid people existed in this world? If you believe that notion, think about something you had not thought of before! Do you still honestly believe that stupid people existed? **Albert**

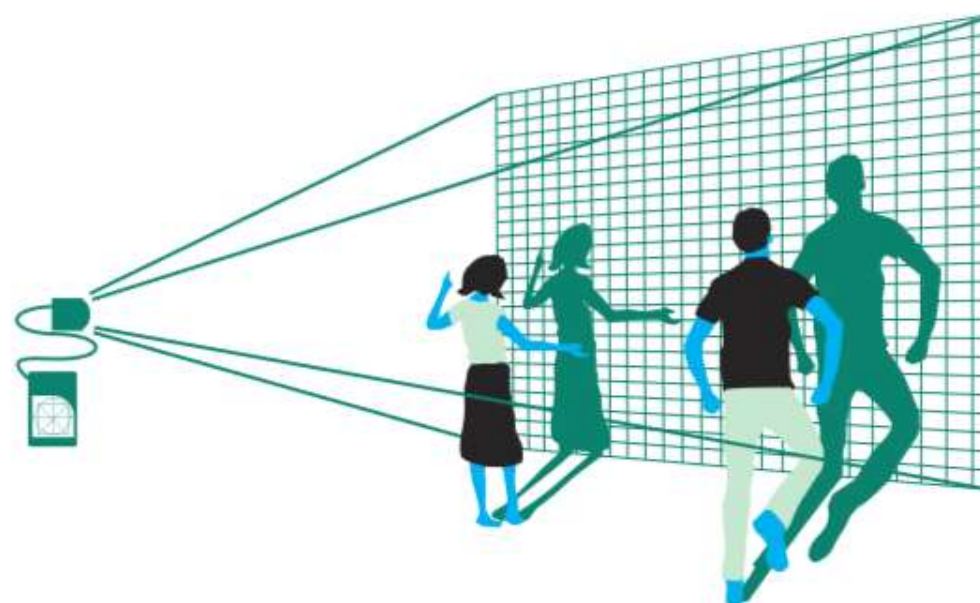
Einstein's relativity theory is no more than just a stupid idea for the scientific community at the time. Guess what is it still a stupid idea now? Of course without the help of a scientific demonstration held by **Arthur Eddington**, who would know the impact of this stupid idea could be so massive, to the scale of changing the world? In fact, to have some wild and stupid ideas, you do not need to be as genius as Einstein. We think everyone in this world have the same opportunity. Just imagine, what would your idea be in the future? Just like the collaborative relationship of Einstein and Eddington, we're here to help you to develop your wild idea which considered by some as stupid-moronic idea. Yes, For us, you are Einstein! And for you, we are Eddington!

So, what support we provide to help you to make your big dream come true? We will help you to translate your wishes into the rules of interaction, which computer could understand. By doing so, the process of communication between humans and computers would be more interactive. And that is our area of specialization, the HCI (Human and Computer Interface). Presenting a *dynamic impression and immersing experience* is our ultimate goals, in which case the integration of science and art are needed. We are a company engaged in creative technology. We focused ourselves on making interactive multimedia products. The vast development potential of our specialty had the flexibility to be applied to any sub-field, as long as the field is inherently related with two main elements, namely human and computer. Of course, everything would be so much easier when all understand each other. So does the case of human and computer.

That is the base concept which make us believe that we could answer all your needs for interactive and expressive atmosphere to be presented in any place you wish. Yes, That's the sole reason we existed. We're here to assist you, by using the integration of science, art, and engineering, to make your wildest vision and your greatest dream come to life.

# OUR Product

*fix*SCREEN™



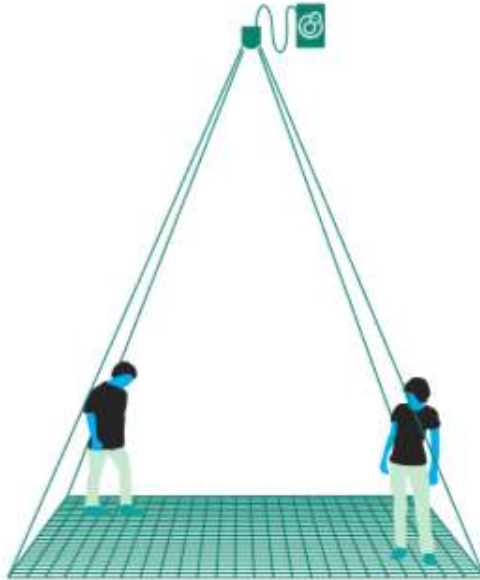
## *fix*SCREEN™

Didesain khusus untuk advertising dan brand-imaging, **fixSCREEN™** menambahkan elemen interaktif pada metode periklanan konvensional.

## *fix*SCREEN™

Specifically designed for advertising and brand imaging, **fixSCREEN™** adds the elements of interactivity to the conventional means of advertisement methods.



**fixSCREEN™****fixSPACE™**

**fixSPACE™** adalah Produk yang ditujukan untuk melakukan redefinisi fungsi ruang.

**fixSPACE™** kami kembangkan secara spesifik untuk mengganti pola dasar aksesibilitas, sirkulasi, dan *feel* lingkungan dari suatu zona ruang.

**fixSPACE™**

**fixSPACE™** is a product which intended to redefine the formal function of spaces. We develop **fixSPACE™** specifically to transform the basic pattern of space, such as accessibility, circulation, and the atmosphere of spaces.

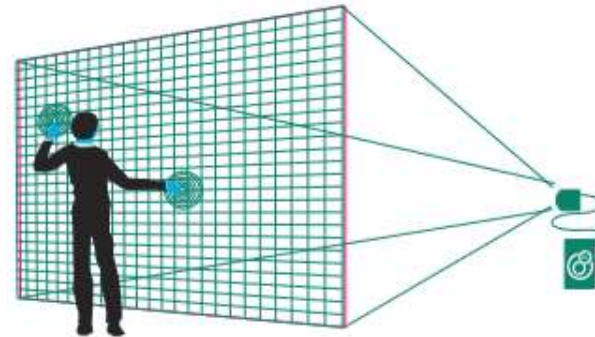


## fixBOARD™

**fixBOARD™** adalah produk yang didesain khusus untuk menambahkan daya tarik dari kegiatan presentasi dengan menambahkan fitur interaktif dan manipulasi grafis pada media presentasi.

## fixBOARD™

**fixBOARD™** is a product which designed specifically to add interactivity and graphical manipulation features into presentation activity. This product is intended to change the static and boring impressions of presentation activity.



divided into two method of interaction: the low cost - classified as indirect interaction, fix-Board using light pen for its medium of interaction, and the premium - using

### fixBOARD™*lite*

Serving the purpose of indirect interaction, this product still uses light pen for the base of interaction. This product is our feature for providing low-priced products for any kinds of user who needs a more engaging media of presentation.

### fixBOARD™*premium*

This product have the same function as the previous, but this product no longer using light pen for the base of interaction. Users can directly touch the board without using any helping devices. This product is intended for any kind of user who demands more natural means of interaction in presentation methods.





# fixACTIVE™

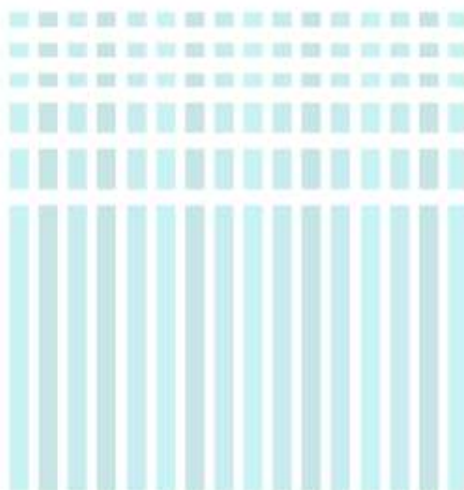


## fixACTIVE™

fixACTIVE™ dapat dideskripsikan sebagai kombinasi antara gerak tubuh dan *fun-factor*. Produk ini didesain untuk menciptakan pengalaman interaktif dan dinamis pada suatu permainan.

## fixACTIVE™

fixACTIVE™ is all about fun and body movements. This product is designed to create interactive and dynamic real-time gaming experiences for the player.



Desain bukan hanya tentang bagaimana ia terlihat, tetapi juga tentang bagaimana ia bekerja. Deskripsi ini sangat cocok untuk produk ini yang menambahkan elemen interaktif pada fungsi konvensional sebuah meja. Jadi, meja yang biasa kita lihat di kehidupan sehari-hari tidak lagi bisa didefinisikan sebagai sebuah 'meja', dia menjadi fixTABLE, sebuah bentuk yang lebih fun dan menghibur untuk orang-orang yang mencari pengalaman baru dan interaktif dari sebuah 'meja'.

## fixTABLE™



Design is not just about how it looks, but also about how it worked.

This description is well suited for this product as it adds the

interactive feature

into conventional function of table.

Hence, the general table we see

everyday couldn't be defined as

'table' anymore, it becomes fixTABLE,

a more fun, entertaining forms

for people who seeks new and

exciting interactive experiences from a

table.



**STRENGTH**

1. Kami mematok harga untuk jasa pembuatan aplikasi berupa aplikasi maupun display, setengah dari harga perusahaan sejenis yang berasal dari cina. Dan kira – kira 1/10 dari produk buatan Inggris.
2. Perusahaan sejenis mematok harga tinggi dalam jasa customisasi aplikasi sedangkan kami mematok harga dasar yang sudah termasuk biaya kustomisasi aplikasi
3. Masih belum banyak perusahaan local yang bergerak di bidang yang kami geluti.

**OPPORTUNITIES**

1. Indonesia adalah salah satu populasi terbesar didunia. Jadi Indonesia adalah pasar potensial untuk pemasaran produk. Ini memberikan peluang bagi kami untuk menjual jasa layanan pembuatan display iklan interactive.
2. Edukasi berupa fun learning masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Sehingga ini memberikan peluang bagi kami sebagai penyedia game interaktif yang mengandung unsur edukatif.
3. Bisnis multimedia interactive adalah booming bisnis di amerika serikat dan asia timur baru – baru ini. Sehingga kami berharap bisa menjadi perusahaan pelopor di Indonesia.

**THREAT**

1. Kurangnya apresiasi masyarakat Indonesia terhadap product local
2. Ancaman Produk sejenis dari luar negeri yang bakal membanjiri ketika pasar telah terbentuk
3. Tingginya tingkat pesimisme terhadap teknologi implementatif dibanding masalah ketahanan pangan.
4. Terlalu tingginya tingkat kreatifitas negatif masyarakat yang mengakibatkan konsumen takut membeli produk kami karena takut dicuri ataupun dirusak jika diletakan di tempat strategis sebagai sarana umum.
5. Kesiapan kompetitor asing yang saat ini sudah sampai pada tahapan *mass production*.

**WEAKNESS**

1. Pasar belum sepenuhnya terbentuk. Dan untuk menciptakan pasar dibutuhkan biaya yang tidak sedikit.
2. Dewasa ini perkembangan teknologi melaju dengan pesat. Sehingga usia dari sebuah system teknologi tidak akan dapat bertahan lama. Sehingga kami perlu melakukan research and developing secara kontinyu tetapi tentunya akan memakan biaya yang besar.
3. Kami masih belum mendapat support yang mampu memberikan dukungan secara penuh.
4. Minimnya sumber daya manusia untuk diajak berkolaborasi yang memiliki mental dan kapabilitas baik dalam rangka merintis usaha yang sepenuhnya baru.



## target Market



Karena jasa pembuatan produk yang kami tawarkan sifatnya eksklusif sehingga ide dari customer akan menjadi masukan dalam kustomisasi tampilan aplikasi sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga bisa diterapkan kedalam sub bidang apapun yang membutuhkan *added value* dari produk multimedia interaktif kami. Adapun segmentasi pasarnya adalah sebagai berikut :

Display interaktif maupun game interactive dapat digunakan oleh para pengelola event organizer, wedding organizer , tempat layanan public pertokoan, mall, cafe dan tempat lainya yang membutuhkan kehadiran atmosfir interaktif dan eksklusif.

Untuk game edukatif sasaran kami adalah taman kanak - kanak , play group dan tempat lainya yang melakukan edukasi lewat aktivitas bermain.

## platform software



Untuk kepentingan sekuritas, pada awalnya kami mengembangkan product kami pada operating system linux. Dan system telah terbukti berjalan baik pada varian linux yaitu salix dan fedora. Dan sekarang kami sedang dalam proses untuk bermigrasi ke operating system windows dan android karena dirasa lebih familiar bagi masyarakat Indonesia pada umumnya.

## C O S T ESTIMATION

### Sistem Sewa Advertising Display yang ditawarkan meliputi :

#### 1. Harian

Harga: Rp. 1.350.000,-/hari/alat

##### Spesifikasi alat :

- Hardisk yang berisi software
- IR camera
- Dongle (Sistem proteksi)

##### Layanan kami untuk sewa harian:

- Background Display dapat disesuaikan kebutuhan advertising
- Setting lapangan.
- PC dan Projector disediakan pihak penyewa
- Biaya akomodasi (transportasi) di luar harga sewa

#### 2. Bulanan

Harga: Rp. 23.500.000,-/bulan/alat

##### Spesifikasi alat :

- Hardisk yang berisi software
- IR camera
- Dongle (Sistem proteksi)

##### Layanan kami untuk sewa harian:

- Background Display dapat disesuaikan kebutuhan advertising
- Setting lapangan.
- PC dan Projector disediakan pihak interactive people

#### 3. Partnership

Harga: Harga Sesuai dengan kesepakatan

##### Spesifikasi alat :

- Hardisk yang berisi software
- IR camera
- Dongle (Sistem proteksi)

##### Layanan kami untuk sewa harian:

- Background Display dapat disesuaikan kebutuhan advertising
- Setting lapangan.
- PC dan Projector disediakan pihak interactive people, atau sesuai dengan kesepakatan
- Biaya Instalasi alat ditanggung oleh pihak penyewa

##### Keterangan:

1. Biaya akomodasi di luar harga yang tertera.
2. Biaya instalasi lapangan ditanggung oleh penyewa.
3. Tingkat kesulitan software (detail) dapat mempengaruhi harga sewa.

## COST ESTIMATION

Sistem Jual Advertising Display yang ditawarkan meliputi :

Pembuatan Software dan Implementasi Sistem Teknologi

Harga: **Rp. 9.000.000,-/Aplikasi Sistem**

Layanan meliputi:

- Konsultasi untuk penyesuaian implementasi teknologi dengan keinginan dan kebutuhan klien.
- Pembuatan Game dengan skala ruang yang dapat dikustomisasi sesuai dengan tema yang diinginkan klien.
- Setting lapangan.

Keterangan:

1. Harga belum termasuk instalasi dan maintenance
2. Harga dapat berubah, tergantung tingkat kesulitan engine dan tingkat kesulitan animasi.
3. PC dan Proyektor disediakan oleh pihak pembeli
4. Akomodasi (Transportasi) dianggung pihak pembeli

**Pembelian Produk**

Harga: **Rp. 35.000.000,-/produk**

Anda mendapatkan boxset yang terdiri dari:

- PC (Personal Computer)
- Projector
- IR Cam
- Customized Exclusive Game
- Customized Exclusive Display
- Dongle

Layanan kami untuk pembelian produk:

- Maintenance software penuh selama 4 bulan
- Untuk game, pembeli berhak untuk mendapatkan 2 x penggantian/upgrade Artwork gratis (tanpa merubah engine)
- Untuk Display / Advertising, pembeli berhak untuk mendapatkan 4 x tampilan display
- Jasa Setting lapangan saat pemasangan produk

Keterangan:

Piece upgrade/penggantian artwork dan display yang masing-masing dibuat jatah selama 2 x dan 4 x, maka kustomisasi lebih lanjut memerlukan biaya pembuatan game baru.

## PRODUCT CATALOG

*fixSCREEN™*

Technology Platform : Interactive Wall Projection

*fixSPACE™*

Technology Platform : Interactive Floor Projection

*fixBOARD™*

Technology Platform : Interactive Board Projection

*fixACTIVE™*

Technology Platform : Interactive Game Platform with new Developed Engine.

*fixTABLE™*

Technology Platform : Interactive Table multitouch

*fixREALITY*

Technology Platform : Augmented Reality  
[on development]

Each of our products is fully customizable, ranging from theme, characters, brand, logo, game-play, and brand imaging imagery.

Each of our products is designed exclusively by a team of talented artist and creative engineers.

Each of our products is specifically engineered to create a rich and unique gaming experience and user friendly software.

Each of our products art are hand drawn and digitally painted, hence increasing the artistic value of our products.



# MALING MALINGAN



## OUR Clients

Designed  
exclusively  
for Nū-SANTARA  
Project

Client:  
**BNS**  
(Batu Night Spectacular)  
Malang

# JUMPRIT SINGIT





## OUR Clients

Designed  
exclusively  
for Nū-SANTARA  
Project

Client:  
**BNS**

(Batu Night Spectacular)  
Malang

## FLOWER BLOSSOM

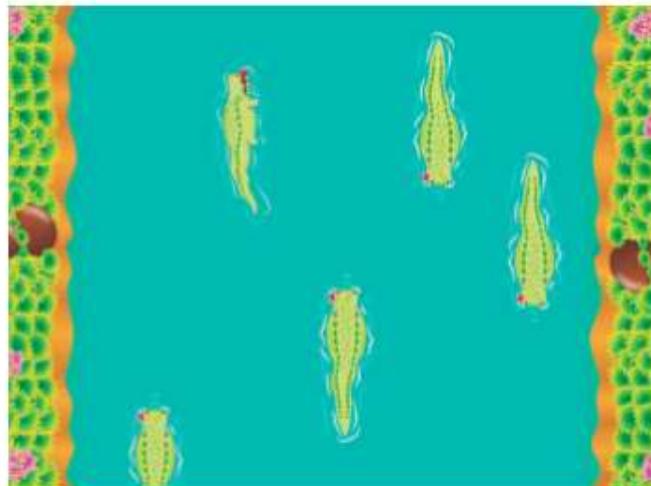


## DIKEJAR SETAN



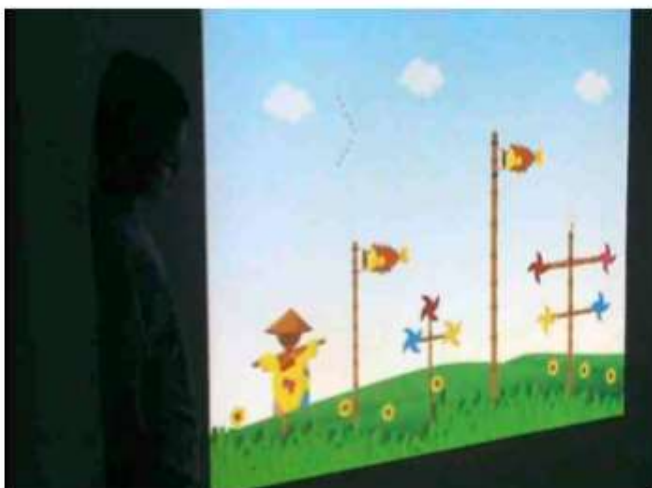


# OUR Clients



Designed exclusively  
for SCREENHOUSE project  
Client: Jatim Park II Malang

## KANCIL DAN BUAYA



Designed exclusively  
for SCREENHOUSE project  
Client: Jatim Park II Malang

## KITI RAN

# OUR CLIENT



Designed exclusively  
for SCREENHOUSE project

Client:  
Jatim Park II  
Malang

## PAKAN TERNAK



Designed exclusively  
for Shooting Gallery  
Client:  
BNS (Batu Night Spectacular)  
Malang

## ROLLING BARREL SHOOTING

# fix SCREEN Flower Blossom

<https://www.youtube.com/watch?v=jdayDVyrwx4>

# fix SCREEN Pakan Ternak

<https://www.youtube.com/watch?v=XugBK8jaH3c>

# fix SCREEN Maling-malingan

<https://www.youtube.com/watch?v=d5c88tJYqPk>

fix SCREEN Angin-anginan

<https://www.youtube.com/watch?v=0bd9zqGx2NI>

fix SCREEN Jumprit Singit

[https://www.youtube.com/watch?v=n\\_NDP1nBhpl](https://www.youtube.com/watch?v=n_NDP1nBhpl)

# fix SCREEN Kejar Setan

<https://www.youtube.com/watch?v=O09WCbVgMts>



# fix ACTIVE Barrel Shooting

<https://www.youtube.com/watch?v=kl13e-RoLHY>

<http://www.eryc.name/diams-interactive-gun-3d.html>

# IP the portfolio

<http://www.eryc.name/clubs-interactive-projector.html>

# IP Caffeine Black Magic

<https://www.youtube.com/watch?v=OEIb8tnmeci>

<http://www.eryc.name/-hearts-home-coffee-roaster.html>



SUBMISSION



05:04:45 New track  
The Path That Divides (5:09)  
Dream Theater  
The Astonishing CD2 (Track 5/14)

# LaTarBeLaKang

Berangkat dari pertanyaan mengapa budaya harus dipertahankan, kami malah beranggapan bahwa tidak semua budaya layak untuk dipertahankan. Karena kami merasa, aspek terpenting dari sebuah budaya yang perlu dipertahankan adalah tujuan dari budaya itu sendiri. Dimana didalamnya tersimpan pesan moral mengenai kebijaksanaan hidup. Jadi apapun media penyampaiannya, selama kita masih mengaplikasikan suatu tujuan budaya, kita secara tidak langsung telah meneruskan spirit yang terkandung pada budaya tersebut. Kami rasa, masih banyak budaya buruk yang sejatinya bukan cerminan karakter bangsa ini. Budaya buruk itu seperti korupsi, kolusi dan nepotisme. Tapi untuk memulai sebuah perubahan, mungkin bisa dimulai juga lewat sesuatu yang kecil.

Teknologi multimedia interactive dewasa ini menjadi ikon baru dalam media penyampaian informasi. Tentunya hal tersebut telah membuat bentuk komunikasi antara manusia dan komputer menjadi semakin interaktif. Sehingga dengan semakin interaktifnya sebuah proses penyampaian informasi, informasi yang diterima akan lebih mudah dicerna karena meninggalkan seberkas impresi yang mendalam. Sehingga berdasar pada konsep tematik yang kami angkat yaitu Indonesia Yang Bersahaja, dengan teknologi multimedia interaktif berupa sebuah interactive floor, kami membuat sebuah aplikasi berupa iklan layanan masyarakat yang sarat dengan semangat nasionalisme yang interaktif. Dimana akan menampilkan animasi dan kalimat satir, yang berisi seputar permasalahan yang seolah seperti mengakar budaya pada setiap daerah di negara ini. Dan diharapkan ini dapat mengingatkan kita kepada jati diri sesungguhnya bangsa Indonesia. Yaitu sebuah bangsa besar yang memiliki budi pekerti yang luhur dan bersahaja.

## TUJUAN

Adalah rahasia umum bagi kita semua, bahwa sejatinya bangsa kita memiliki cukup modal untuk menjadi bangsa yang besar ditinjau dari segala potensinya. Kami beranggapan perbaikan mentalitas adalah sebuah langkah yang harus diambil agar potensi yang dimiliki dapat diberdayakan secara tepat guna. Memberikan kontribusi kepada masyarakat lewat jasa pembuatan aplikasi berbasis teknologi multimedia interactive adalah misi perusahaan kami. Mengusung misi tersebut diharapkan melalui aplikasi ini setidaknya kita akan teringat kepada jati diri sesungguhnya bangsa Indonesia. Yaitu sebuah bangsa besar yang memiliki budi pekerti yang luhur dan bersahaja.





# content game

"Dimana Bumi diijak, disitu langit dijunjung"

Seperi apa yang diungkapkan oleh peribahasa diatas, Tanah Air pada hakikatnya adalah tempat kita berpijak., dimana langkah terkecil untuk menghargai dan menghormatinya adalah dengan mengenalnya terlebih dahulu sebelum mengaplikasikannya. Tanah Air pun menjadi nama yang cocok untuk Produk Lantai Interaktif ini. Sejalan dengan filosofinya, produk Tanah Air mengajak user untuk membuat langkah kecil untuk mengenali dan mengidentifikasi berbagai permasalahan dengan akar budaya-budaya jelek yang perlu disingkirkan dari Indonesia. Setiap langkah yang dilakukan oleh user akan memicu berbagai rangkaian animasi pulau-pulau yang ada di Indonesia beserta permasalahannya yang dibubuhi sound efek yang sarat dengan kritik yang informatif. Dengan fitur interaktif yang dimiliki, user akan didorong untuk aktif berkomunikasi dengan informasi yang disuguhkan. Dengan demikian, diharapkan user akan lebih antusias dalam memperoleh informasi sehingga mereka akan lebih mengenal, melihat permasalahan, dan mencermati berbagai macam budaya yang perlu disingkirkan untuk dapat berkembang menjadi bangsa yang besar dan bersahaja.

Dengan mengusung gameplay yang cukup sederhana, maka Tanah Air lebih menonjolkan sisi visual dan content di dalam display interactive itu sendiri. Konten lokalitas Tanah Air tidak mengambil sisi-sisi tradisional Indonesia semacam tari-tarian, batik, ataupun segala hal yang bersifat visual maupun audio. Melainkan mengambil sisi lain Indonesia yang lebih mendasar seperti cultural mindset bangsa Indonesia hingga membentuk seperti yang sekarang ini. Karena pada dasarnya tidak semua budaya harus kita pertahankan.

Di dalam Tanah Air, konten ditunjukan secara animasi visual dengan menggunakan teknik infographic. Infographic diperoleh dari riset mendalam oleh tim kami. Konten didapatkan dengan menggunakan metode dekonstruksi sosial untuk membedah Indonesia sesuai dengan lima kepulauan besar di Indonesia. Tujuan akhirnya adalah memberikan pertanyaan besar yang harus dijawab kepada user.

"TIDAK SEMUA BUDAYA,  
HARUS KITA PERTAHANKAN"

## VisualSTYLE



CONTOH RENDERING TEKNIK CEL-SHADING  
INDONESIA PRE-GLYPH FOOTAGE

Style visual untuk animasi yang digunakan untuk produk Tanah Air adalah 3D Cel-Shading yang tampak "Cartoony", dimana outline gambar yang sangat tebal akan membuat gambar 3D terkesan seperti 2D. Kemudian untuk mempercantiknya, Warna-warna yang digunakan adalah kombinasi warna cerah dan berani yang diaplikasikan dengan menghindari kesan norak. Tekstur juga didesain sedemikian rupa agar gambar tampak luwes dan natural. Ini semua ditujukan agar style visual terasa nyaman untuk dilihat, sehingga user betah berlama – lama dalam menikmati artwork dan detail-detailnya sebelum mereka melanjutkan langkah kakinya. Pertimbangan lain yang dilakukan dalam penentuan style adalah rentang usia target user yang lebar, dari usia anak-anak hingga orang dewasa. Berdasarkan pengalaman sebelumnya, produk ini cenderung digemari oleh anak-anak, sehingga faktor visual yang friendly untuk mata anak-anak tetap menjadi salah satu pertimbangan utama.



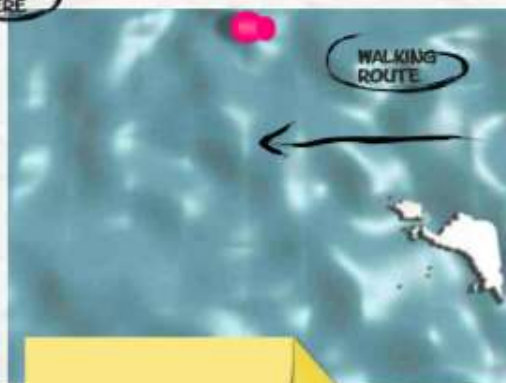
## gamePLAY

# OPENING → MIDGAME → ENDING



Pada awalnya active screen yang berukuran 3x4 meter terlihat kosong, hanya berupa animasi lautan yang bergerak tenang.

Kemudian user memasuki active screen secara horizontal untuk memulai Tanah Air



Begitu user menginjak salah satu bagian dari active screen maka secara dramatis akan memicu munculnya animasi berupa kepulauan, sesuai gambar pre-alpha footage diatas adalah kepulauan Irian.

PADA DASARNYA TANAH AIR MEMBEDAKAN DIRI DENGAN GAME PADA UMUMNYA SEPERTI YANG TERDAPAT DI CONSOLE, PC, HANDLED MAUPUN SMARTPHONE. NAMUN DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP INTERACTIVITY DISPLAY YANG DIPICU OLEH GERAKAN ATAU MOTION SELURUH TUBUH DARI PLAYER ATAU PUN PENGUNJUNG SEPERTI MELANGKAH ATAU BERLARI.

BEGITU PENGUNJUNG MEMASUKI AREA ACTIVE MAKA, DISPLAY TANAH AIR PUN AKAN MULAI BERJALAN SECARA OTOMATIS.



Tidak hanya muncul berupa visual animasi kepulauan saja, Interactive Based Projection Tanah Air juga memunculkan animasi infographic yang catchy sesuai dengan wilayah kepulauan yang diinjak tersebut.

Contoh diatas merupakan infographic berupa kepemilikan pertambangan tembaga joint venture antara pemerintah Indonesia dengan perusahaan Freeport-McMoran Copper & Gold .Inc

Tidak hanya berupa grafis secara visual, jika active screen tersebut diinjak maka akan mengeluarkan audio yang bersifat kedaerahan sesuai dengan bahasa lokal pulau tersebut.



Setelah user selesai dengan satu pulau, maka user dapat beranjak ke pulau lain dan memulai animasi yang lain sesuai dengan pilihan area user.

Setelah menyelesaikan seluruh Active Screen maka seluruh kepulauan NKRI akan terlihat secara keseluruhan dan muncul konten baru.

# VISUALcontent

animasi power plant yang tidak stabil, animasi hewan langka yang ada di Pulau Sumatra, pop-up data-data tentang permasalahan yang dihadapi pulau Sumatera lengkap dengan sumbernya, Sound Effect yang jenaka

animasi hewan khas Indonesia yang terdapat di pulau Kalimantan, animasi hutan di Pulau Kalimantan yang semakin lama semakin gundul, pop-up data yang menggambarkan permasalahan yang dihadapi pulau Kalimantan beserta sumbernya, slide yang membahas budaya jelek yang menjadi akar permasalahan, sound effect yang jenaka

Animasi pulau Sulawesi yang terbakar, pop-up yang memuat data dan fakta mengenai permasalahan akut yang di-idap oleh pulau Sulawesi yang dikumpulkan lengkap dengan sumbernya, slide yang berisi komentar-komentar sarkas yang lucu mengenai budaya jelek yang menjadi akar permasalahan, sound-effect jenaka yang mengikuti jalannya animasi

animasi hewan khas Indonesia dan situs purbakala terkenal yang ada di pulau Jawa, animasi mahkota dan kursi raja yang perlahan menenggelamkan pulau, pop-up data yang menghadirkan permasalahan krusial yang dihadapi oleh pulau Jawa yang berkaitan dengan pulau-pulau lain di Indonesia lengkap dengan sumbernya, sound effect yang berisi komentar-komentar yang lucu tentang budaya aneh-bin-ajaib yang ada di pulau Jawa

Animasi yang menyimbolkan kekayaan tanah Papua yang berbanding terbalik dengan tingkat kesejahteraan masyarakatnya, animasi hewan khas Indonesia yang ada di Papua, pop-up data dan fakta yang mengilustrasikan permasalahan yang terjadi di Papua, slide yang berisi komentar sarkas tentang budaya jelek yang ada disana, sound effect yang jenaka



# SPESIFIKASITEKHNIS

**L**ewat teknologi interactive projector berbasis image processing kita dapat merubah segala bidang permukaan datar yang disorot oleh proyeksi dari proyektor kedalam fungsi touchscreen. Tentunya akan terlihat unik jika ada sebuah layar hasil sorotan proyektor yang langsung bereaksi bila disentuh. Mengingat layar hasil sorotan proyektor tersebut tidak memiliki ketebalan maupun lapisan resistif ataupun kapasitif seperti pada monitor touchscreen pada umumnya.

Kemudian ukuran layar hasil proyeksi dari proyektor yang besar juga menjadi keunikan dan keunggulan yang dimiliki oleh teknologi ini. Layar ukuran besar tentunya bakal mampu menarik banyak orang untuk berinteraksi dalam satu permainan maupun display yang berbasis pada teknologi ini. Selain itu, besar nya ukuran layar akan membuat animasi / gambar yang ditampilkan akan terlihat lebih mendetail sehingga pesan dalam bentuk simbolik bakal lebih mengena sasaran.



## Keunikan Tanah Air

**M**erubah pola aktivitas seseorang dalam sebuah ruang dan merubah suasana (atmosphere) sebuah ruang, kedua hal tersebut yang menjadi basis fungsi dari karya kami. Mengacu pada kedua hal tersebut, dapat ditarik beragam implementasi interaktif dengan kesan yang atraktif. Tentunya kesesuaian fungsi karya sebagai fungsi dekoratif bakal dipengaruhi juga oleh peletakkannya. Karena interactive proyektor ini dapat merubah segala bentuk bidang permukaan datar kedalam touchscreen, alat ini juga dapat digunakan untuk mengisi area kosong/tak terpakai di suatu ruangan. Sehingga pusat aktivitas ruang tersebut akan terbagi karena adanya peralihan aktivitas ke area yang tadinya tidak terpakai.

Berdasarkan pada tematik yang kami angkat kali ini yaitu membuat interactive display iklan layanan masyarakat, alat ini lebih sesuai untuk diletakan di entrance masuk maupun jalan keluar satu arah dari sebuah gedung. Karena kami beranggapan bahwa seseorang cenderung menilai sesuatu dari 10 detik pertama dari apa yang ia lihat. Jadi momen tersebut akan menjadi momen krusial dalam proses penekanan (infiltrasi) impresi pembangun opini bagi seseorang terhadap sebuah tempat.

Adapun beberapa implementasi lain yang dapat dibuat menggunakan sistem yang kami rancang meliputi wahana game interaktif, baik yang edukatif maupun tujuan fun, interactive advertising display yang berfungsi sebagai pemberi nilai tambah bagi suatu produk dan beberapa sub bidang lain selama dapat ditarik intregasinya dengan teknologi multimedia interaktif. Sehingga target user kami adalah event organizer, wedding organizer, tempat layanan publik, taman kanak – kanak, pertokoan, mall, cafe dan tempat lainnya yang membutuhkan kehadiran atmosfir interaktif dan ekspresif.

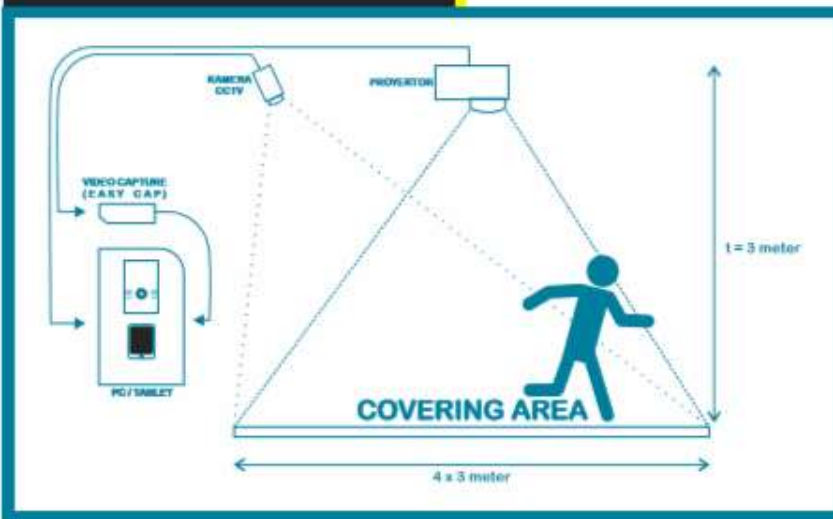
# METODOLOGI & INOVASI

Karya yang kami rancang kali ini adalah sebuah interactive floor projector, dimana pada implementasinya, ada sebuah projector yang diproyeksikan menghadap lantai. Sehingga, hasil proyeksi itu akan terlihat sebagai bagian dari lantai. Selanjutnya, layar di lantai yang merupakan hasil dari proyeksi projector tersebut akan bereaksi bila diinjak, oleh karena itu output yang diproyeksikan di permukaan yang diinginkan berupa tampilan animasi. Animasi yang dikeluarkan dapat berupa animasi 2D maupun 3D, dengan batasan keluaran berupa sprite atau movie. Adapun peralatan yang kami gunakan terdiri dari kamera cctv, USB easy capture, projector, sound system dan sebuah PC. Lalu kami menggunakan metode image processing sebagai cara untuk mendeteksi object.

Dalam informasi metodologi ini, kami akan memberikan gambaran umum mengenai kinerja sistem secara keseluruhan. Sistem dimulai ketika camera cctv menangkap object yang menghalangi layar hasil proyeksi dari projector (covering area). Selanjutnya, data dari kamera tersebut akan ditransfer kedalam PC melalui USB Easy Capture. PC akan memproses data tersebut untuk menentukan apakah ada pergerakan atau tidak di covering area. Begitu juga dengan adanya object atau tidak disana. Dan untuk selanjutnya, Informasi object dan pergerakan tadi akan digunakan sebagai parameter untuk memanipulasi alur animasi. Hasil manipulasi tersebut selanjutnya akan ditampilkan lewat projector. Sehingga akan terjadi perubahan animasi pada covering area pasca terjadi sebuah interaksi object.

Demikian gambaran secara umum mengenai kinerja alat yang kami rancang. Mengingat proyeksi dari proyektor akan menjadi kabur jika diletakan pada tempat yang intensitas cahayanya terlalu tinggi, sebaiknya alat ini difungsikan pada tempat yang intensitas cahayanya tidak terlalu tinggi. Intensitas cahaya yang terlalu tinggi tentunya juga bakal mengakibatkan noise bagi kamera cctv. Sehingga tingkat sensitivitas dan akurasi pembacaan kamera cctv dapat berkurang. Dan untuk melengkapi fitur plug-and-play, kami sedang mempersiapkan tahap developing selanjutnya yaitu bermigrasi dari PC menuju android maupun PC tablet.

DIAGRAM BLOK  
INTERACTIVE FLOOR PROJECTION



## INOVASI PRODUK

Kami menggunakan teknologi interactive projector pada karya kami kali ini. Pada dasarnya teknologi interactive projector dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan akan layar besar yang interaktif (dapat bereaksi akibat interaksi) tetapi tanpa menggunakan LCD maupun LED monitor. Mengingat, penggunaan LCD maupun LED monitor untuk kebutuhan tersebut bakal memakan biaya yang tidak sedikit. Sehingga, kami merasa penggunaan projector sebagai substitusi LCD dan LED monitor dirasa paling sesuai sebagai alternatif solusi untuk memenuhi kebutuhan akan layar besar interaktif dengan biaya yang lebih murah.

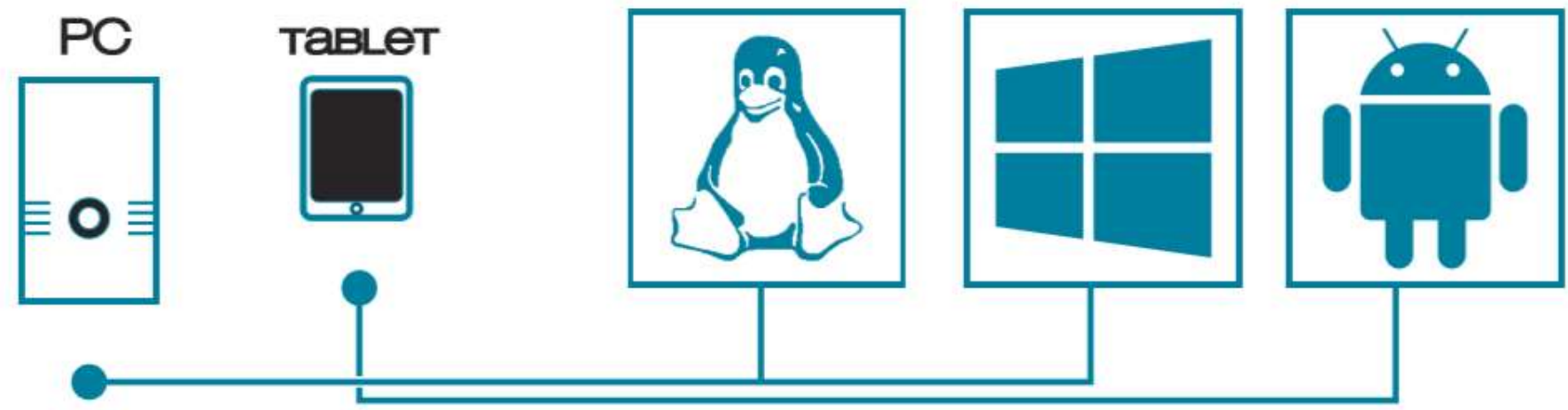
Selain itu, sebenarnya salah satu keunggulan projector adalah karena dapat diproyeksikan ke segala bentuk permukaan, tetapi pada bentuk – bentuk permukaan khusus, tentunya akan sedikit terjadi kerumitan karena harus melewati proses kalibrasi dan perhitungan yang cukup kompleks. Sehingga pada karya kami kali, ini hanya diperuntukan pada permukaan yang datar seperti lantai atau dinding. Jadi kami rasa, proyeksi dari proyektor yang langsung dapat disentuh bakal menghadirkan pengalaman tersendiri bagi user dibanding dengan teknologi layar sentuh yang ada pada telepon seluler, PC monitor, gadget hingga PC tablet yang ramai digunakan belakangan ini.





# MetODOLOGI**TEKNIS**

Developing Software	Lazarus (IDE)
Programming Language	Pascal
Operating System	Linux Android Windows
Engine	ZenGL
Image Processing	Open CV

## Platform



### Powered BY:


Salix OS

fedora



Windows


OpenCV

Lazarus

## Target MARKET

Secara umum, produk ini diklasifikasikan sebagai “mainan” urban/perkotaan yang cocok untuk dipasang di dalam sarana prasarana kota, selama disana terdapat konsentrasi massa. Pada daerah perkotaan banyak sekali terdapat titik-titik dimana massa berkumpul, hal ini menyebabkan target market untuk produk Tanah Air sangat bervariasi. Tetapi, bila menimbang harga produk yang hanya dapat dijangkau oleh kalangan tertentu yang diperbandingkan dengan benefitnya, serta paket-paket jasa yang bisa diberikan pada customer, maka secara garis besar ada tiga market utama:

### Kementrian Komunikasi dan Informasi

Jasa yang dimungkinkan adalah kerjasama dalam pengaplikasian produk ini untuk agenda kampanye dan sosialisasi layanan masyarakat yang sedang dan akan dilakukan. Kerjasama bisa dilakukan dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.

### Event Organizer dan Wedding Organizer

Layanan yang diberikan pada market ini berbentuk paket-paket dengan harga bersaing yang memuat sewa sekaligus kustomisasi produk.

### Hotel dan Mall

dalam bentuk paket pembelian eksklusif.

## SWOT ANALYSIS

### STRENGTH

1. Tanah Air adalah Iklan Layanan masyarakat pertama yang memiliki fitur interaktif, dan juga menjadi produk iklan layanan masyarakat pertama yang menggunakan animasi 3D.
2. Tanah Air adalah produk interactive multimedia untuk advertising dengan skala ruangan pertama di Indonesia.
3. Penggunaan animasi 3D yang dengan style kartun (Cel-Shading) membuat elemen visual produk Tanah Air tampak eye-catching. Selain itu, style kartun juga terbukti bisa diterima oleh anak-anak hingga orang dewasa.
4. Sistem Engine yang sudah teruji durabilitasnya dan minim bug (gangguan), hal ini terbukti dari uji coba implementasi non-stop produk dengan durasi lebih dari 6 bulan dan tidak mengalami masalah yang signifikan.
5. Harga produk ini merupakan yang termurah dibanding dengan produk asing yang harganya 2 sampai 10 x lipat dari produk ini.
6. Sistem proteksi untuk menangkal pembajakan sudah diaplikasikan dalam produk ini.

### Weakness

1. Masih menggunakan OS Linux yang dirasa tidak user-friendly bagi pengguna yang awam teknologi.
2. Kualitas detil visual animasi yang menjadi ujung tombak produk ini masih bergantung pada kualitas spec hardware yang digunakan.
3. Belum memiliki fitur online up-date yang sebenarnya sangat potensial untuk dimanfaatkan.
4. Belum memiliki fitur instalasi yang plug-and-play, sehingga eksplorasi penggunaan produk ini masih belum maksimal.
5. Alat ini masih lebih optimal dipasang di dalam ruangan (indoor) sehingga kemungkinan untuk dipasarkan secara luas saat ini dibatasi oleh hal ini. Karena intensitas cahaya yang tinggi dapat mengganggu kinerja alat.

### OPPORTUNITIES

1. Belum ada kompetitor jasa Interactive Multimedia dalam dan luar negeri yang berani memasuki pasar Advertising untuk layanan masyarakat.
2. Minimnya kualitas iklan layanan masyarakat dari segi kreatif yang menyebabkan produk ini menjadi sebuah terobosan dan alternatif yang fresh dalam cara penyampaian iklan layanan masyarakat.
3. Momentum yang didapat dari euforia nasionalisme untuk mengenalkan produk ini sebagai hasil karya anak negeri.

### Threat

1. Masyarakat belum mengenal produk interaktif skala ruangan semacam ini, sehingga pasar belum terbentuk.
2. Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap produk teknologi buatan dalam negeri
3. Kesiapan kompetitor asing yang saat ini sudah sampai pada tahapan mass production.
4. Posisi industri kreatif dalam negeri yang masih terpinggirkan bila dibandingkan dengan sektor sandang dan pangan.



## ADDED Value

1. Merupakan terobosan baru dalam medium advertising yang digunakan untuk layanan masyarakat.
2. Display Iklan layanan masyarakat ini sarat dengan spirit nasionalisme yang belakangan luntur karena invasi budaya luar dan populer.
3. Memperluas jangkauan bidang advertising ke ranah ruang interaktif.
4. Mengenalkan budaya-budaya yang harus disingkirkan dari Indonesia untuk berkembang menjadi negara yang besar dan dewasa.
5. Produk ini dibuat sepenuhnya oleh anak negeri.

## marketPLAN

Sebagai metode pemasaran kami, akan melakukan beberapa publikasi tentang layanan jasa pembuatan produk dibidang multimedia interactive perusahaan kami lewat media internet agar dapat dilihat oleh khalayak luas. Selain itu dikarenakan teknologi ini masih belum begitu populer, kami perlu melakukan eksebsi maupun mengikuti pameran agar teknologi yang kami bawa lebih dikenal terlebih dahulu. Kami juga akan melakukan presentasi kepada pihak – pihak yang kami anggap sebagai calon konsumen potensial seperti sekolah internasional, café, event organizer, wedding organizer dan pihak – pihak yang dapat memperoleh nilai tambah ketika menggunakan produk kami.

Ada dua macam teknis pemasaran yang coba diterapkan, yang tujuan utamanya adalah mengenalkan produk Tanah Air ini...

1. Pengenalan produk lewat jejaring World Wide Web
2. Demonstrasi kemampuan produk lewat event Eksebsi/Pameran, baik pameran teknologi maupun pameran seni.

## PLATFORM

Sementara ini Platform yang digunakan untuk produk Tanah Air adalah Operating System LINUX dan diproses di PC (Personal Computer). Salah satu agenda developing selanjutnya untuk produk ini adalah migrasi platform dari LINUX menuju ke Operating System yang notabene lebih populer dan lebih familiar penggunaannya, seperti Android dan Windows. Migrasi platform ini juga merupakan strategi untuk mengganti hardware PC menjadi Tablet PC.

## COST estimation

::DETAIL ESTIMASI BIAYA DAPAT DILIHAT DI PORTFOLIO TIM::

## ABOUT us



**Rio Maretha**  
Mahasiswa Teknik Sipil semester akhir  
Universitas Brawijaya  
Art Conceptor Interactive People



**Eryc Tri Juni Seryawan**  
Mahasiswa Teknik Elektro semester akhir  
Universitas Brawijaya  
Leader Interactive People



**Andro Primatama**  
Mahasiswa Teknik Elektro semester akhir  
Universitas Brawijaya  
Executive Marketing Interactive People



**Gioih Lanang Sukoyo**  
Mahasiswa Administrasi Publik semester akhir  
Universitas Brawijaya  
Art Director Interactive People

# IP INAICTA 2012 Demo Videos

<https://www.youtube.com/watch?v=waZiz-bbiUY>





BUSINESS PLAN





## contents:

- a** executive summary
- b** visi, misi & tujuan
- c** analisis produksi
- d** analisis sdm & kelembagaan
- e** analisis pemasaran
- f** analisis finansial
- g** analisis sosial & ekonomi
- h** analisis resiko



Interactive People berangkat dari semangat untuk belajar tentang teknologi di bidang HCI (*Human & Computer Interaction*) dan juga keinginan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Ide awal pembuatan produk dari Interactive People adalah produk yang memiliki karakter simple, minim biaya, dan memiliki dampak sosial yang besar bagi masyarakat.

Produk pertama yang dikembangkan Interactive People adalah *interactive board* dan *developing tools* serta *invention kit* elektro untuk anak-anak dimana hal ini lebih ditujukan kepada tujuan sosial. Namun, pada awalnya produk dari Interactive People ini tidak mendapatkan apresiasi yang bagus. Sehingga, Interactive People memutuskan untuk mengkomersilkan produk yang dimiliki. Partner pertama dari Interactive People adalah Jatim Park Group di Batu.

Dengan konsep integrasi dari *art*, *science* dan *engineering*, Interactive People menghasilkan produk baru berupa *interactive display* dan *interactive games*. Kerjasama Interactive People dengan Jatim Park Group berakhir pada Februari 2011.

Dengan mengusung semangat yang sama, kini Interactive People berada di bawah naungan CV. HS dalam menawarkan jasa pembuatan *interactive display* dan *interactive games* dengan media proyektor.

Karena jasa pembuatan produk yang kami tawarkan sifatnya eksklusif sehingga ide dari customer akan menjadi masukan dalam kustomisasi tampilan aplikasi sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga bisa diterapkan kedalam sub bidang apapun yang membutuhkan *added value* dari produk multimedia interaktif kami. Adapun segmentasi pasarnya adalah sebagai berikut:

- Display interaktif maupun game interactive dapat digunakan oleh para pengelola event organizer, wedding organizer, tempat layanan public pertokoan, mall, cafe dan tempat lainya yang membutuhkan kehadiran atmosfir interaktif dan ekspresif.
- Untuk game edukatif sasaran kami adalah taman kanak - kanak, play group dan tempat lainya yang melakukan edukasi lewat aktivitas bermain.

Nilai proyek terakhir ketika bekerjasama dengan Jatim Park Group senilai Rp 170.000.000,00. Nilai aset perusahaan sementara senilai Rp 32.000.000,00. Kebutuhan dana sebesar Rp 102.900.000,00 dan rencananya dana tersebut digunakan untuk produksi awal, membangun infrastruktur berupa lab dan kantor, dan membangun pasar.

Berdasarkan nilai tersebut diharapkan perusahaan dapat mencapai titik impas setelah 1,7 tahun. Dengan rincian yang sudah tertera pada analisis finansial. Modal dan kekayaan yang tertera pada SIUP senilai Rp 500.000.000,00

Interactive People dapat memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat luas karena sistem kerja perusahaan berupa kolaborasi dengan komunitas-komunitas yang ada di Indonesia khususnya di bidang seni dan teknologi. Dengan tujuan memangkas biaya operasional serta menjaga anggota tim inti agar tetap ramping.

Produk unggulan Interactive People berupa *interactive floor* dan *interactive wall*, yang dapat digunakan sebagai penyampaian informasi yang efektif dan menarik. Karena belum banyak produk serupa di Indonesia.

Interactive People memiliki target dalam lima tahun ke depan. Pada tahun pertama adalah fase pengenalan produk dan membentuk pasar. Pada tahun kedua dan ketiga adalah fase penjualan produk dan riset untuk produk selanjutnya. Pada tahun keempat adalah fase transisi dari produk lama ke produk selanjutnya. Pada tahun kelima adalah fase untuk migrasi sepenuhnya dari produk lama ke produk yang baru.



**STRENGTH**

1. Harga produk kami setengah harga dari perusahaan sejenis dari Cina.
2. Harga dasar kami sudah termasuk biaya kustomisasi aplikasi.

Masih belum banyak perusahaan lokal yang bergerak dibidang yang kami geluti

**WEAKNESS**

1. Pasar belum sepenuhnya terbentuk. Untuk membentuk pasar butuh biaya besar.
2. Perkembangan teknologi yang melaju dengan pesat. Sehingga usia dari produk kami tidak bertahan lama.
3. Minimnya sumber daya manusia untuk diajak berkolaborasi.

**OPPORTUNITIES**

1. Populasi penduduk Indonesia yang besar sebagai target market di bidang jasa pembuatan display iklan interactive
2. Edukasi berupa fun learning belum dikenal secara luas di Indonesia.
3. Bisnis multimedia interactive yang sudah booming di luar negeri

**THREAT**

1. Kurangnya apresiasi masyarakat Indonesia terhadap produk lokal.
2. Kehadiran produk sejenis dari luar negeri ketika pasar telah terbentuk.
3. Kesiapan kompetitor asing yang saat ini sudah pada tahapan mass production.

**b**  
vision  
mission  
objectives

**Tujuan Perusahaan**

- Mendewasakan pola pikir masyarakat melalui aplikasi yang bermuatan unsur edukatif maupun informatif.

Membangun komunitas developer (*developer society*) yang tidak terbatas hanya pada kalangan engineer sehingga diharapkan berpotensi memicu pengembangan ide-ide baru (*out of the box*) yang sederhana, kreatif dan inovatif. Menjadi perusahaan sekaligus institusi pendidikan bagi karyawan lewat sistem kerja yang kami terapkan.

- Membentuk sebuah kultur mengenai teknologi yang bertanggung jawab baik kedalam maupun keluar perusahaan.

**Struktur Kepemilikan**

Interactive People adalah team multimedia kreatif yang terhimpun dalam CV. H.S

nama	jabatan	Keterangan: Bapak Drs. Sunarya selaku sekutu aktif dan direktur CV H.S adalah ayahanda dari Ardhito Primatama yang merupakan salah satu anggota inti tim pengembang perusahaan, yaitu Interactive People.
Drs. Sunarya	Sekutu Aktif	
Ardhito Primatama	Sekutu Pasif	

**Visi Perusahaan**

Memberikan kontribusi kepada masyarakat lewat jasa pembuatan aplikasi berbasis teknologi multimedia interactive

**Misi Perusahaan**

Membuat produk teknologi yang, inovatif dan memiliki imbas sosial yang signifikan sehingga diharapkan dapat menjadi salah satu media baru dalam pembangunan paradigma masyarakat.

Menjadi perusahaan yang berkemampuan untuk mendefinisikan masalah, menciptakan solusi, dan meningkatkan nilai tambah bagi konsumen lewat teknologi multimedia interaktif.

Menjadi perusahaan yang mengedepankan research & developing agar mampu bersaing dengan trend teknologi terkini.

**Kualifikasi Personil**

**Eryo Tri Juni Setyawan**  
Mahasiswa Teknik Elektro semester akhir  
Universitas Prawijaya  
Leader Interactive People

**Rio Maretha**  
Mahasiswa Teknik Sipil semester akhir  
Universitas Brawijaya  
Art Conceptor Interactive People

**Gigih Lanang Sukoyo**  
Mahasiswa Administrasi Publik semester akhir Universitas Brawijaya  
Art Director Interactive People

**Ardhito Primatama**  
Mahasiswa Teknik Elektro semester akhir Universitas Brawijaya  
Executive Marketing Interactive People



ruko dinoyo  
tanah agung square no. 26

Lokasi ini memiliki akses keluar-masuk yang luas, parkir yang lebar, dan dekat dengan kampus Universitas Brawijaya.

analisis  
produksi

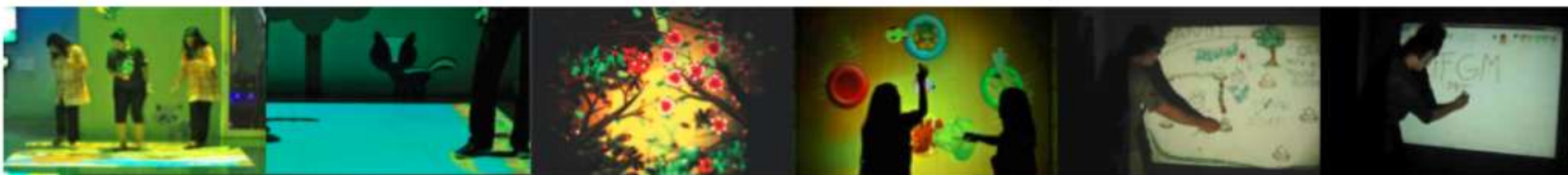
### fixSCREEN interactive wall display

Didesain khusus untuk advertising dan brand-imaging, fixSCREEN menambahkan elemen interaktif pada metode periklanan konvensional.

type of product

#### package including

- XGA LCD Projector
- resolution 1024 x 768px
- ratio 4:3
- IR motion sensor camera
- mini-itx desktop pc
- tablet pc [optional]
- fully customizable software
- bracket for installation
- after sales guarantee



### fixSPACE interactive floor display

fixSPACE adalah Produk yang ditujukan untuk melakukan redefinisi fungsi ruang. fixSPACE kami kembangkan secara spesifik untuk mengganti pola dasar aksesibilitas, sirkulasi, dan feel lingkungan dari suatu zona ruang.

#### package including

- XGA LCD Projector
- resolution 1024 x 768px
- ratio 4:3
- IR motion sensor camera
- mini-itx desktop pc
- tablet pc [optional]
- fully customizable software
- bracket for installation
- after sales guarantee

### fixBOARD interactive presentation board

fixBOARD™ adalah produk yang didesain khusus untuk menambahkan daya tarik dari kegiatan presentasi dengan menambahkan fitur interaktif dan manipulasi grafis pada media presentasi.

#### package including

- XGA LCD Projector
- resolution 1024 x 768px
- ratio 4:3
- IR motion sensor camera
- IR pen
- mini-itx desktop pc
- after sales guarantee







## Job Description

### Leader Interactive People

- Penentu visi perusahaan lewat kebijakan dan instruksi
- Pengambil keputusan tertinggi
- Memompa semangat juang rekan kerja
- Jembatan Komunikasi antara R&D dan Project Manager

### Technical Manager

- Mengawasi divisi artwork, software dan interface, baik ketika project dan fase produksi berjalan
- Mengatur Ritme kerja

### Quality Control dan System Analyst

- Melakukan uji kualitas terhadap system yang telah dibuat
- Menentukan pendekatan perihal optimasi dan efisiensi system

### R&D Division

- Mencari ide baru yang berkaitan dengan metode dan standar pengerjaan projek
- Mencari kemungkinan developing untuk add-on tambahan pada setiap product

### Divisi Artwork

- Membuat konsep tampilan game dan gameplay
- Membuat Design Animasi
- Membuat Design Packaging Product
- Membuat Dokumentasi kerja

### Divisi Software

- Merancang software aplikasi
- Mengerjakan program yang dibutuhkan system
- Membuat Dokumentasi Kerja

### Divisi Interface dan Elektrik

- Membuat Graphical user interface
- Merancang software interface dari sensor ke computer
- Membuat Dokumentasi kerja

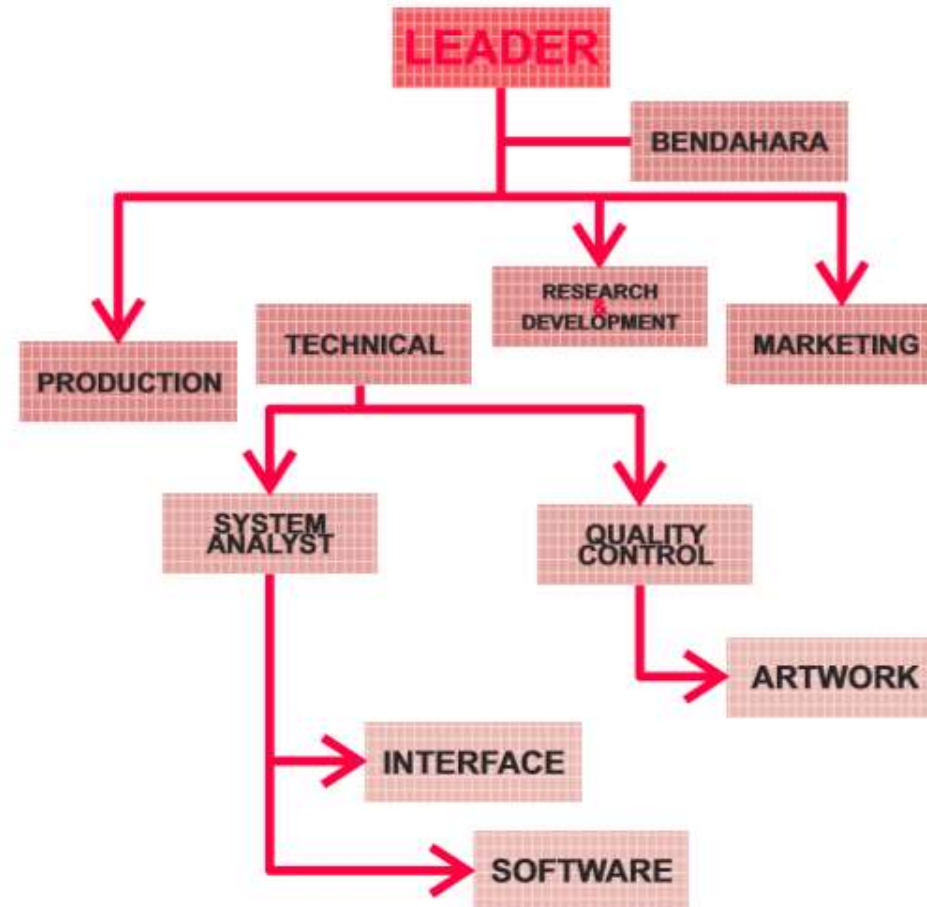
### Divisi Marketing

- Melakukan riset pasar
- produk kepada konsumen

### Kuangan

- Mencatat, merekap dan mengitung sirkulasi keuangan perusahaan
- Membuat laporan keuangan perusahaan

## Struktur Organisasi Perusahaan





d

keunggulan &  
kompetensi &  
pengembangan

Untuk kedepannya ketika jumlah permintaan meningkat, kami akan membentuk banyak tim kecil diluar perusahaan yang berbasis pada komunitas dimana masing – masing bertindak dan mengatur dirinya sendiri lewat menghilangkan spesialisasi lama dan hirarki bisnis lama karena kami beranggapan bahwa gaya kepemimpinan bisnis ala militer telah usang. Dan selain itu ini ditujukan agar perusahaan utama tetap ramping/ tidak banyak anggota.



Pada dasarnya para karyawan di perusahaan kami diharapkan mampu memenuhi standar kompetensi yaitu bermental baik, berkarakter kuat, memiliki etos kerja tinggi dan memiliki kemauan kuat untuk selalu belajar. Adapun kompetensi khusus bagi setiap divisi antara lain:

#### Departemen Technical

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; memiliki pengalaman berorganisasi; mampu melihat potensi orang lain; memiliki tanggung jawab dan etos kerja tinggi.

#### Quality Control dan System Analyst

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; selalu mampu memberikan solusi ; memiliki kreatifitas; selalu inovatif; memiliki pengamatan dengan tingkat ketelitian tinggi; memiliki kematangan teknis; mampu bekerja dalam tim; memiliki banyak pengalaman teknis.

#### Divisi Software

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; Siap menghadapi tantangan; tanggap dalam menghadapi permasalahan; mampu bekerja dibawah tekanan; mampu bekerja dalam tim; mengetahui dasar pemrograman berbasis object oriented; memiliki algoritma yang baik.

#### Departemen Marketing

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; memiliki etos kerja yang tinggi; memiliki pemikiran yang inovatif dan kreatif; mampu bekerja dibawah tekanan; menguasai cara-cara dan teknik pemasaran; mudah bergaul; memiliki kemampuan presentasi di depan umum; pandai bernegosiasi; memegang teguh prinsip ekonomi.

#### Departemen Research & Development

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; memiliki etos kerja yang tinggi; mampu berfikir di luar pakem; cenderung berfikir terbuka ; berjiwa pemberontak, memiliki kecintaan dan totalitas lebih dengan bidangnya; Mengetahui banyak metode dalam programming dan electrical engineering ; memahami filosofi teknis; mengetahui update teknologi terkini.

#### Divisi Artwork

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; memiliki pemikiran bebas dan kreatif; memiliki mental yang baik; cepat beradaptasi; bertanggung jawab lebih; memiliki selera tinggi; mampu bekerja dalam tim; menguasai software manipulasi grafis; menguasai teknik membuat animasi.

#### Divisi Interface & Electric

Pada departemen ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; pekerja keras ; tidak suka mengeluh; memiliki sense of service yang baik; mampu menyesuaikan diri; menyukai hal baru; mampu bekerja dalam tim; memiliki kemampuan hacking dan rapid prototyping.

#### Bendahara

Pada posisi ini dibutuhkan karyawan dengan kompetensi; jujur, memiliki kemampuan mengoperasikan Microsoft Excel; memiliki etos kerja yang tinggi; mampu bekerja di bawah tekanan; mampu bekerja sebagai tim; memiliki kemampuan akuntansi yang baik



## Peluang

Teknologi interactive projector belum terlalu *booming* di Indonesia, sehingga ini memberikan peluang bagi kami untuk menjadi perusahaan pelopor pada bidang ini di Indonesia.

## Pesaing

Selama ini kami mendapati pengusaha lokal hanya menjadi distributor dari produk luar negeri. Dikhawatirkan produk luar negeri akan membanjiri pasar Indonesia ketika pasar sudah terbentuk.

## Segmentasi

karena jasa pembuatan produk yang kami tawarkan sifatnya eksklusif sehingga ide dari customer akan menjadi masukan dalam kustomisasi tampilan aplikasi sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga bisa diterapkan kedalam sub bidang apapun yang membutuhkan added value dari produk multimedia interaktif kami. Adapun segmentasi pasarnya adalah sebagai berikut:

- display interaktif maupun game interactive dapat digunakan oleh para pengelola event organizer, pertokoan, mall, café dan tempat lainnya yang membutuhkan kehadiran atmosfer interaktif dan ekspresif.
- Untuk game edukatif sasaran kami adalah taman kanak-kanak, playgroup dan tempat lainnya yang melakukan edukasi lewat aktifitas bermain.

## Keunggulan

Kami berani mematok harga setengah dari produk buatan China dan 1/10 dibanding produk buatan Inggris. Produk yang kami tawarkan bersifat eksklusif dimana ide kustomisasi aplikasi didasarkan atas permintaan konsumen. Jika dibandingkan dengan produk luar negeri yang sejenis, harga yang kami patok sudah termasuk jasa kustomisasi.

## Strategi

Sebagai metode pemasaran kami, akan melakukan beberapa publikasi tentang layanan jasa pembuatan produk dibidang multimedia interactive perusahaan kami lewat media internet agar dapat dilihat oleh khalayak luas. Selain itu dikarenakan teknologi ini masih belum begitu populer, kami perlu melakukan eksebisasi maupun mengikuti pameran agar teknologi yang kami bawa lebih dikenal terlebih dahulu. Kami juga akan melakukan presentasi kepada pihak – pihak yang kami anggap sebagai calon konsumen potensial seperti sekolah internasional, café, event organizer, wedding organizer dan pihak – pihak yang dapat memperoleh nilai tambah ketika menggunakan produk kami.

Ada dua macam teknis pemasaran yang coba diterapkan, yang tujuan utamanya adalah mengenalkan produk kami:

- Pengenalan produk lewat jejaring World Wide Web
- Demonstrasi kemampuan produk lewat event Eksebisasi/Pameran, baik pameran teknologi maupun pameran seni

## Proyeksi Ke Depan

### 2012 Juni - Desember [6 Bulan Awal]

#### PERSIAPAN

- Mempersiapkan Infrastruktur pendukung berdirinya perusahaan
- Melakukan pengujian kelayakan terhadap produk – produk yang akan dipasarkan. Adapun aspeknya meliputi durability, mencari bug,
- Mengenalkan eksistensi perusahaan pada khalayak luas lewat media massa, web, dan situs jejaring sosial
- Demonstrasi kemampuan produk dengan berpartisipasi pada eksebisasi seni dan pameran teknologi.

### 2013 [Tahun Pertama]

#### PENGENALAN

- Melakukan promosi tentang produk lewat berbagai media. Untuk melihat respon pasar terhadap produk.
- Membuat film pendek dan animasi untuk blow-up isu yang merupakan metode dalam proses viral marketing perusahaan.
- Mempresentasikan produk kepada calon – calon klien potensial seperti instansi pemerintah, wedding dan event organizer, sekolah internasional, kafe dan tempat – tempat layanan public lainnya. Dalam rangka membangun kepercayaan pasar dan menarik minat pasar.
- Melakukan riset untuk produk baru dan melakukan developing pada produk yang sudah ada.

### 2014-2015 [Tahun Kedua dan Ketiga]

#### PENJUALAN

- Fokus dalam melakukan penjualan produk dengan meningkatkan kuantitas presentasi dan advertising produk.
- Aktif dalam mencari calon klien potensial. Dan selalu berusaha untuk membangun kepercayaan pasar dan menarik minat pasar.
- Memulai riset produk baru
- Dalam proses penjualan akan didapatkan data mengenai minat dan kecenderungan pasar terhadap suatu teknologi, hal ini akan menjadi dasar gagasan produk baru yang di riset.
- Mencari kemungkinan implementasi berbeda dari produk yang sama.

### 2016 [Tahun Keempat]

#### TRANSISI

- Merilis versi terbaru dari produk yang sudah ada dan menawarkan kepada konsumen yang telah memakai jasa kami.
- Bersiap mengenalkan (market trial) produk baru.
- Uji kelayakan produk baru sebelum dirilis kepasar.
- Mengadakan workshop dan eksebisasi.

### 2017 [Tahun Kelima]

#### MIGRASI

- Kembali ke tahap pengenalan tapi dengan membawa produk dengan baru.





## Analisis finansial

### BISNIS MODAL DAN INVESTASI

#### Aset Perusahaan

Aset perusahaan yang telah berhasil dikumpulkan selama tahap persiapan antara lain:

No	Jenis	Kuantitas	Nilai
1	Bangunan Kantor (Sewa Ruko)	1	Rp20,000,000
2	Peralatan Kantor		
	P.C Untuk Programmer	1	Rp2,500,000
	P.C. Untuk Animator	1	Rp5,700,000
	Kursi	3	Rp750,000
	Filing Cabinet	1	Rp900,000
	<b>Total</b>		<b>Rp29,850,000</b>

#### INVESTASI

Aset yang telah dimiliki dan dimiliki perusahaan saat ini belum cukup untuk memulai tahapan lanjutan. Karena itu, perusahaan ini membutuhkan modal dalam bentuk investasi yang akan digunakan untuk memenuhi segala macam hal yang dibutuhkan perusahaan.

Prioritas penggunaan investasi yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi penuh dibagi menjadi tiga bagian:

#### Kebutuhan Lab dan Workshop

No	Nama	Kuantitas	Nilai
1	Solder	2	Rp100,000
2	Bor Tangan 1 set	1	Rp391,000
3	Arduino Uno	1	Rp295,000
4	Komponen Elektrik	~	Rp300,000
5	Bread Board	2	Rp80,000
6	Helping Tools	1	Rp50,000
7	Multimeter	1	Rp285,000
8	Rak Komponen	1	Rp300,000
	<b>Total</b>		<b>Rp1,801,000</b>

Total Nilai aset yang dimiliki Perusahaan  
Rp **31,651,000**

#### • Produksi Awal

Bagian ini merupakan bagian krusial dalam beroperasinya perusahaan sehingga mendapat prioritas tertinggi dalam penggunaan dana investasi. Alat yang diproduksi pada tahap ini akan digunakan untuk membangun pasar lewat sistem sewa. Target market yang dibidik oleh produksi awal adalah *event* dan *wedding organizer*, hal ini disebabkan dua market potensial tersebut selalu berhubungan dengan konsentrasi massa yang dapat menjadi benefit tambahan dalam strategi pengenalan perusahaan sekaligus pemasaran produk.

Rincian penggunaan dana untuk produksi awal meliputi:

No	Nama	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	P.C untuk stok produk	4	2,500,000	10,000,000
2	Proyektor untuk stok produk	4	4,500,000	18,000,000
3	EasyCap untuk stok produk	4	500,000	2,000,000
4	Kamera CCTV untuk stok produk	4	700,000	2,800,000
5	Tablet untuk varian produk	2	1,500,000	3,000,000
6	Operasional:			
	Engine (2 Orang)	4	3,000,000	12,000,000
	Artwork (2 Orang)	4	3,000,000	12,000,000
7	Web	~	3,000,000	3,000,000
8	Advertisement	~	2,000,000	2,000,000
	<b>Total</b>			<b>64,800,000</b>

#### • Belanja Keperluan Kantor

*Trust* adalah elemen yang sangat vital dalam pendirian sebuah usaha. Dalam proses membangun kepercayaan (*trust*) dengan klien dan sebagai upaya peningkatan produktivitas, perusahaan membutuhkan berbagai infrastruktur pendukung, terutama infrastruktur fisik kantor dan fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan kerja. Keberadaan kantor akan memberikan rasa aman dan sekuritas pada klien yang ingin membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya, karena segala macam pertemuan dan negosiasi dengan klien dapat dilaksanakan di kantor milik perusahaan. Selain itu, kantor juga berfungsi ganda sebagai *gallery* untuk memajang segala macam produk buatan perusahaan, laboratorium riset dan workshop.

Rincian Penggunaan dana untuk belanja keperluan kantor meliputi:

No	Nama	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
1	P.C. untuk Animator	1	Rp5,700,000	Rp5,700,000
2	P.C. Untuk Programmer	1	Rp2,500,000	Rp2,500,000
3	P.C. Untuk Server	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000
4	Pen Tablet	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000
5	Meja Meeting	1	Rp900,000	Rp900,000
6	Instalasi Listrik	~	Rp1,500,000	Rp1,500,000
7	Kabel UTP	1	Rp300,000	Rp300,000
8	Wireless Router	1	Rp600,000	Rp600,000
9	Switch HUB	1	Rp150,000	Rp150,000
10	Kursi	7	Rp250,000	Rp1,750,000
11	Pemasangan Internet	~	Rp375,000	Rp375,000
12	Meja Kerja	4	Rp570,000	Rp2,280,000
	<b>Total</b>			<b>Rp19,055,000</b>

#### • Belanja Kelengkapan Lab dan Workshop

Perusahaan ini adalah perusahaan teknologi multimedia interaktif yang perkembangannya bergantung pada keberlangsungan proses *Research and Developing*. Untuk itu, segala macam perlengkapan yang menunjang proses riset, pengembangan dan eksplorasi produk harus dipenuhi ketika perusahaan berjalan.

Rincian Penggunaan dana untuk belanja keperluan Lab dan Workshop meliputi:

No	Nama	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
1	Osiloskop	1	Rp13,000,000	Rp13,000,000
2	Arduino Mega	1	Rp550,000	Rp550,000
3	Komponen Elektrik	~	Rp700,000	Rp700,000
4	PS3 eye	2	Rp595,000	Rp1,190,000
5	Rak Komponen	1	Rp300,000	Rp300,000
6	XBox Kinect	1	Rp1,275,000	Rp1,275,000
7	Adapter Kinect	1	Rp195,000	Rp195,000
8	Helping Tools	1	Rp50,000	Rp50,000
9	Multimeter	1	Rp285,000	Rp285,000
10	Prototyping Toolset	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000
	<b>Total</b>			<b>Rp19,045,000</b>



## analisis finansial

### Investasi yang dibutuhkan Perusahaan ini untuk dapat beroperasi penuh

Investasi awal - Aset yang sudah dimiliki = Kebutuhan Investasi

$$\text{Rp. } 135.651.000 - \text{Rp. } 36.246.000 = \text{Rp. } 104.000.000$$

Untuk dapat menuju ke tahap berikutnya, perusahaan ini membutuhkan investasi untuk Biaya Produksi Awal dan melengkapi inventaris Workshop dan Lab

Rincian penggunaan investasi tersebut adalah sebagai berikut:

### Investasi Awal CV. HS (Interactive People)

#### • Kebutuhan Kantor

Nama	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
P.C untuk Animator	2	5.700.000	11.400.000
P.C untuk Programmer	2	2.500.000	5.000.000
P.C untuk Server	1	1.500.000	1.500.000
Pen Tablet	1	1.500.000	1.500.000
Meja Kerja	4	570.000	2.280.000
Meja Meeting	1	900.000	900.000
Kursi	10	250.000	2.500.000
Filing Cabinet	1	2.000.000	2.000.000
Instalasi Listrik Kantor		1.500.000	1.500.000
Kabel UTP	1	300.000	300.000
Wireless Router	1	600.000	600.000
Switch HUB	1	150.000	150.000
Pemasangan Internet		375.000	375.000
Sewa ruko 2 lantai di Kota Malang/bekas		20.000.000	20.000.000
<b>Total</b>			<b>50.005.000</b>

#### • Peralatan Research and Development Laboratory

No	Nama	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Solder	2	50.000	100.000
2	Bor Tangan Satu set	1	391.000	391.000
3	Arduino Uno	1	295.000	295.000
4	Arduino Mega	1	550.000	550.000
5	Komponen Elektrik	—	—	1.000.000
6	Protoboard	2	40.000	80.000
7	Prototyping Toolsset	—	—	1.500.000
8	Oscilloskop	1	13.000.000	13.000.000
9	Helping Tools	2	50.000	100.000
10	Multimeter	2	285.000	570.000
11	Rak Komponen	2	300.000	600.000
12	PS3 eye	2	595.000	1.190.000
13	XBox K Connect	1	1.275.000	1.275.000
14	Adapter Kinect	1	195.000	195.000
			<b>Total</b>	<b>20.846.000</b>

#### • Pengeluaran Bulan Pertama

No	Nama	Harga
1	Listrik	400.000
2	Air	100.000
3	Internet	750.000
		<b>Total</b>
		<b>1.250.000</b>

#### • Rincian Biaya Produksi Awal

No	Nama	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	P.C untuk stok produk	4	2.500.000	10.000.000
2	Proyektor untuk stok produk	4	4.500.000	18.000.000
3	EasyCap untuk stok produk	4	500.000	2.000.000
4	Kamera CCTV untuk stok produk	4	700.000	2.800.000
5	Tablet untuk varian produk	2	1.500.000	3.000.000
6	Operasional			
	Engine (2 Orang)	4	3.000.000	12.000.000
	Artwork (2 Orang)	4	3.000.000	12.000.000
7	Web	—	3.000.000	3.000.000
8	Advertisement	—	2.000.000	2.000.000
			<b>Total</b>	<b>64.800.000</b>

**Total investasi awal Interactive People**  
**Rp 135.651.000,00**





## Analisis finansial

### Aliran Dana 5 Tahun

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>PENERIMAAN</b>						
Sewa Harian	8	Rp. 1.380.000,00	Rp. 1.380.000,00	Rp. 1.380.000,00	Rp. 1.380.000,00	Rp. 1.380.000,00
Sewa Bulanan	1	Rp. 23.500.000,00	Rp. 23.500.000,00	Rp. 23.500.000,00	Rp. 23.500.000,00	Rp. 23.500.000,00
Partnership	0	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)
Jasa Pembuatan Display dan Implementasi Alat	4	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00
Pembuatan Produk Cetak	0	Rp. 35.000.000,00	Rp. 35.000.000,00	Rp. 35.000.000,00	Rp. 35.000.000,00	Rp. 35.000.000,00
<b>Total Penerimaan</b>		<b>Rp. 79.300.000,00</b>	<b>Rp. 79.300.000,00</b>	<b>Rp. 79.300.000,00</b>	<b>Rp. 79.300.000,00</b>	<b>Rp. 79.300.000,00</b>
<b>B. Pengeluaran</b>						
<b>Produk</b>						
Sewa Harian	8	Rp. 390.000,00	Rp. 390.000,00	Rp. 390.000,00	Rp. 390.000,00	Rp. 390.000,00
Sewa Bulanan	1	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00
Partnership	0	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)	(tergantung client)
Jasa Pembuatan Display dan Implementasi Alat	4	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00	Rp. 6.000.000,00
Pembuatan Produk Cetak	0	Rp. 15.000.000,00	Rp. 15.000.000,00	Rp. 15.000.000,00	Rp. 15.000.000,00	Rp. 15.000.000,00
<b>Total Pengeluaran</b>		<b>Rp. 29.390.000,00</b>	<b>Rp. 29.390.000,00</b>	<b>Rp. 29.390.000,00</b>	<b>Rp. 29.390.000,00</b>	<b>Rp. 29.390.000,00</b>
<b>Net Income</b>		<b>Rp. 49.910.000,00</b>	<b>Rp. 49.910.000,00</b>	<b>Rp. 49.910.000,00</b>	<b>Rp. 49.910.000,00</b>	<b>Rp. 49.910.000,00</b>
<b>Biaya Promosi</b>						
1. Promosi Media cetak & Jaring Sosial		Rp. -	Rp. 3.000.000,00	Rp. -	Rp. -	Rp. -
2. Pelatihan Eksp. Produk		Rp. -	Rp. 10.000.000,00	Rp. -	Rp. -	Rp. -
3. Operasional Marketing		Rp. -	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00	Rp. 10.000.000,00
4. Pengadaan Service dan Workshop		Rp. -	Rp. 10.000.000,00	Rp. -	Rp. -	Rp. 10.000.000,00
5. Pengadaan Workshop		Rp. -	Rp. -	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00	Rp. 8.000.000,00
6. Ekstensi Seri dan Teknologi		Rp. -	Rp. 3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00	Rp. 3.000.000,00
<b>Total Pengeluaran</b>		<b>Rp. 26.000.000,00</b>	<b>Rp. 26.000.000,00</b>	<b>Rp. 26.000.000,00</b>	<b>Rp. 26.000.000,00</b>	<b>Rp. 26.000.000,00</b>
<b>Pendapatan</b>		<b>Rp. 113.151.000,00</b>	<b>Rp. 113.151.000,00</b>	<b>Rp. 113.151.000,00</b>	<b>Rp. 113.151.000,00</b>	<b>Rp. 113.151.000,00</b>

### Analisis Nilai Sekarang

BI Rate: 5,75%

Tahun	(P/F, n)	F	P
0	1	Rp(113,151,000)	Rp(113,151,000)
1	0,945626478	Rp8,800,000	Rp8,321,513
2	0,894209435	Rp136,200,000	Rp121,791,325
3	0,845588118	Rp128,200,000	Rp108,404,397
4	0,799610514	Rp96,200,000	Rp76,922,531
5	0,756132873	Rp18,100,000	Rp13,686,005
		<b>NSB Total</b>	<b>Rp215,974,771</b>

### Analisis Titik Impas

Tahun Ke --	Pendapatan	Kumulatif
0	Rp(113,151,000)	Rp(113,151,000)
1	Rp8,800,000	Rp(104,351,000)
2	Rp136,200,000	Rp31,849,000
3	Rp128,200,000	Rp160,049,000
4	Rp96,200,000	Rp256,249,000
5	Rp18,100,000	Rp274,349,000

$$\text{Titik Impas} = 1 + \frac{\text{Rp. 8.800.000,00}}{\text{Rp. 8.800.000,00} + \text{Rp. 131.432.300,00}} (3 - 2) = 1,76 \text{ Tahun}$$

### Analisis Nilai Tahunan

BI Rate: 5,75%

NSB	(A/P, n)	A
Rp215,974,771	0,23373384	Rp50,480,613

$$\begin{aligned} ntb &= NSB (A/P, 7\%, n) \\ &= \text{Rp. 215.974.771,00} \times 0.24389 \\ &= \text{Rp. 50.480.613,00} \end{aligned}$$

### Analisis Laju Pengembalian

Tahun	Pendapatan	(P/F, 45%, n)	(P/F, 50%, n)	NSB (i=45%)	NSB (i=50%)
0	-113151000	1	1	-113151000	-113151000
1	Rp8,321,513	0,689655172	0,666666667	5738974,484	5547675,395
2	Rp121,791,325	0,475624257	0,444444444	57926908,47	54129477,8
3	Rp108,404,397	0,328016729	0,296296296	35584655,62	32119821,26
4	Rp76,922,531	0,226218834	0,197510864	174012945,7	15194574,11
5	Rp13,686,005	0,156012713	0,131687243	2135198,77	1802272,265
				<b>5609821,911</b>	<b>-4357179,732</b>

$$\begin{aligned} IRR &= 45\% + \frac{\text{Rp. 5.609.823,00}}{\text{Rp. 5.609.829,00} + \text{Rp. 4.357.179,00}} (50 - 45)\% \\ &= 47,8\% \end{aligned}$$

### Asumsi yang digunakan dalam penyusunan Analisis Finansial, antara lain:

- Karena pasar di bidang multimedia interaktif belum terbentuk, diasumsikan target pendapatan per tahun berdasarkan target pasar terkecil.
- Diasumsikan perusahaan tidak merekrut personel tambahan, sehingga segala macam pekerjaan yang menjadi sasaran pendapatan, baik produksi maupun jasa, ditangani langsung oleh 4 orang yang menjadi tim pengembang ini perusahaan ini.
- Berbeda dengan sektor ril, perkembangan teknologi dunia yang cepat juga mempengaruhi umur implementasi sebuah alat, oleh karena itu dibutuhkan kegiatan riset dan pengembangan yang berkesinambungan.
- Trend teknologi lokal tidak berimbang dengan trend teknologi internasional. Sehingga diperlukan upaya untuk mengonfirmasi perkembangan teknologi terkini lewat eksotisi dan pameran. Untuk menjaga antusiasme pasar pada teknologi, eksotisi dan pameran harus terus dilaksanakan sejalan dengan perencanaan umur implementasi yang dipasarkan.



# g

## analisis sosial ekonomi

### SOCIAL ACCEPTANCE

**S**osial acceptance merupakan analisa usaha yang kami lakukan agar produk kami dapat diterima oleh masyarakat. Berdasarkan pada analisis proyeksi usaha kami, pada tahun awal kami berencana untuk focus dalam mengenalkan implementasi teknologi baru lewat produk - produk kami kepada masyarakat luas. Adapun fungsi dari produk yang memberikan nilai tambah bagi penerimaan sosial antara lain :

- Produk kami yang berupa *interactive floor* dan *wall* mampu merubah area – area yang tadinya bukan pusat menjadi pusat perhatian. Dalam artian lain, produk kami tidak selalu harus ditempatkan pada tempat yang strategis, sehingga ruang - ruang kosong di suatu tempat dapat dipergunakan secara efisien.
- Produk kami merupakan media alternatif dalam penyampaian informasi karena impresi/kesan yang ditimbulkan menghadirkan pengalaman tersendiri kepada user. Tentunya ini dapat menjadi jalan penyampaian informasi yang lebih efisien ketika ditempatkan pada wilayah dimana orang pada umumnya membuang waktunya (*killing time*), menunggu dan dalam kondisi pikiran kosong (*absent minded*).

### ECONOMIC SCALE

**E**conomic of scale merupakan imbas ekonomi dari usaha karena didirikan disekitar lingkungan masyarakat. Adapun economic scale perusahaan kami adalah memberikan nilai tambah dan wadah alternatif bagi komunitas – komunitas yang sudah ada dan terutama yang bergerak dibidang teknologi informasi, teknologi kreatif dan seni digital. Sehingga diharapkan perusahaan kami dapat memberdayakan segenap potensi yang tadinya terbnghkalai lewat management system kerja yang kami terapkan.

# h

## analisis resiko

### Kemungkinan resiko yang akan dihadapi antara lain:

**Usia sebuah implementasi teknologi yang cukup pendek.**

Antisipasi kami untuk menyikapi poin ini adalah selalu konsisten untuk melakukan riset berkala sebagai upaya sinkronisasi dengan perkembangan teknologi terbaru.

**Penjualan tidak mencapai target.**

Dalam menyikapi hal ini, kami harus meningkatkan intensitas pengiklanan dan pengenalan produk kami kepada masyarakat. Dan apabila masih belum terjadi peningkatan penjualan, kami harus memilih antara meriset kembali produk kami atau merilis produk baru.

**Serangan Produk asing dengan membanjiri pasar ketika pasar telah terbentuk**

Antisipasi untuk permasalahan ini adalah proteksi pasar dengan mematok harga yang lebih murah sejak awal, yang kemudian diimbangi dengan perbaikan kualitas produk, baik dari sisi *software* maupun dari sisi *front-end*, agar mampu bersaing dengan produk asing.

**Kurangnya apresiasi masyarakat terhadap produk lokal**

Tentunya hal ini harus diantisipasi dengan membuat promosi unik yang bertujuan untuk mendekatkan masyarakat dengan kultur teknologi sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk teknologi buatan anak negeri.

**Pasar dapat mencapai titik jenuh dalam waktu singkat**

Ketika kondisi ini terjadi, kami akan menawarkan kepada klien lama mengenai versi update produk lama maupun merilis produk baru ke pasar.





# IP Imaginary Deduction 1

## Raspberry Pi + Poe+ Sms Gateway

<https://www.youtube.com/watch?v=2tdOcC3YqfA>

# IP Imaginary Deduction 2

## 60W Induction Heater

<https://www.youtube.com/watch?v=bbPAUcYMQnc>



## BUSINESS CYCLE

Labor  
Value  
Instrument



## Business Cycle

The Net  
LCC  
Accelerated Technology  
Transfer

## CREATIVE DESTRUCTION

Wage & Surplus Value  
Use/Exchange Value  
Means of Production &  
Relation of Production



## CREATIVE SUSPENSIONS

Time (Credit Card)  
Value (Bubbles)  
Reality (Derivative)

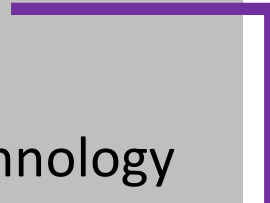
## CAPITAL ACCUMULATION

Commodities  
Money  
Production



## CAPITAL ACCUMULATION

Labor Flight,  
Currency Deviation  
Reverse Engineering



Micro Do It Yourself  
fix / Interactive People

Next project: “the door”  
In collaboration with OSA

Corporation Level  
The 7 Heaven





# Jejak Petualang

SENIN - RABU 15.15 WIB











# An Unexpected Journey

<https://www.youtube.com/watch?v=0p4g3Wl2szM>



GILI LAMPU • GILI PETAGAN  
GILI KONDO • GILI LEBUR • GILI BIDARA  
GILI PRENDE • GILI KAPAL









## ROADMAP

*From Bali to Alor*



Currently Develop Roadmap  
*From Jimbaran to Moyo*



## AIRPORT CONNECTING & INTERNATIONAL FLIGHTS

- CGK** : Soekarno Hatta International Airport ————— : Hundreds of International direct flights
- DPS** : Ngurah Rai International Airport ————— : Hundreds of International direct flights
- LOP** : Lombok International Airport ————— : Direct flight from/to Singapore, Kuala Lumpur, and Johor Baru.  
On-hold direct flights to Bangkok and Perth
- SWQ** : Sultan Muhammad Kaharuddin III Airport ————— : No International direct flight.



## LOCAL DAILY ROUTES

**CGK** — **LOP**



: 9 daily flights

**Citilink**

: 4 daily flights

**Lion Air**

: 3 daily flights

**IndiGo**

: 3 daily flights

**DPS** — **LOP**



: 3 daily flights

**Lion Air**

: 1 daily flights



: 4 daily flights

# FOLLOW THROUGH TRANSPORTATION SCHEME



**LOP** ————— **HARBOUR** : 90 minutes by car

**HARBOUR** ————— **SEVEN HEAVEN** : 15 minutes by boat

## SEVEN HEAVEN SITE MAP













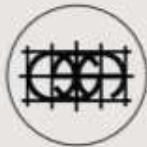






EKA SNIADANSA  
*Principal Architect & Planner*

OFFICE OF STRATEGIC  
ARCHITECTURE



ACADEMIC SUPPLEMENT  
& ORIENTATION

M. HAIRIL JUNA PUTRA  
*Director of Design*



DEDY NURMANSYAH  
*Director of Art Impression*

WISNU HANGGARA  
*Chief Developer*



M. NELZA MULKI QIBALI  
*Planning Analyst*

KANILA PRITA ANGGRIANY  
*Design Developer*



REZA PRASETYO TINUMBIA  
*Design Developer*





AUGUSTO ROBERTO ALPARCE  
*Exploration Director*

SCUBA LAB



ACADEMY OF DIVING  
INDONESIA

RICHARD MARKIEWICZ  
*Marine Researcher*



SUHENDRU DANIEL ANGITAN  
*Underwater Photographer*

CINDY ROONEY ROSE  
*Marine Researcher*



EGARYAN SAADI  
*Underwater Videographer  
(Subsidiary to Bujang Manpacker)*

NATALIE SABRINA WILLKOMMEN  
*Marine Researcher*



ERYCK TRI JUNI  
*Editor*

STARR CUMMINGS  
*Marine Researcher*



MARIA PASTOR ALARCON  
*Marine Researcher*







3 7 Heaven Investment Plan DRAFT 1 - Excel

FILEHOMEINSERTPAGE LAYOUTFORMULASDATAREVIEWVIEW

CutCopyFormat PainterClipboard

Calibri11Font

Alignment

CurrencyNumber

Conditional FormattingFormat as TableCell StylesStyles

InsertDeleteFormatCells

AutoSumFillClearEditing

Sort & Find & FilterSelect

?

Eka Swadiansa

F510000000000

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	F
1																	
2	Op. Phase	Build. Phase	Year	Location	Investment				Σ Parcel	Σ Unit	Unit/ Parcel	Σ Unit /Phas	Expenditure				
3					Direct / External	Credit / Loan	Subtotal	TOTAL ASSET					@ Unit	Subtotal Unit	Infrastructure	Subtotal Expen.	Total
4	0	1	2015	Gili Kondo	Rp5,000,000,000	Rp0	Rp5,000,000,000	Rp15,000,000,000	6	6	1	0	Rp500,000,000	Rp3,000,000,000	Rp2,000,000,000	Rp5,000,000,000	Rp15,000
5	1		2016	Gili Kondo	Rp10,000,000,000	Rp0	Rp10,000,000,000		6	12	2	18	Rp500,000,000	Rp6,000,000,000	Rp4,000,000,000	Rp10,000,000,000	
6		2	2017	Gili Bidara	Rp0	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	Rp15,000,000,000	12	36	3		Rp200,000,000	Rp7,200,000,000	Rp3,300,000,000	Rp10,500,000,000	Rp15,000
7	2		2018	Gili Bidara	Rp4,500,000,000	Rp0	Rp4,500,000,000		12	12	1	48	Rp200,000,000	Rp2,400,000,000	Rp2,100,000,000	Rp4,500,000,000	
8		3	2019	Gili Bidara	Rp0	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	12	36	3		Rp200,000,000	Rp7,200,000,000	Rp3,300,000,000	Rp10,500,000,000	Rp20,500
9	3		2020	Gili Bidara	Rp2,650,000,000	Rp7,350,000,000	Rp10,000,000,000	Rp10,000,000,000	12	36	3	72	Rp200,000,000	Rp7,200,000,000	Rp2,800,000,000	Rp10,000,000,000	
10		4	2021	Gili Kondo	Rp0	Rp7,000,000,000	Rp7,000,000,000	Rp7,000,000,000	6	6	1		Rp500,000,000	Rp3,000,000,000	Rp4,000,000,000	Rp7,000,000,000	Rp22,400
11	4		2022	Gili Kondo	Rp4,900,000,000	Rp10,500,000,000	Rp15,400,000,000	Rp15,400,000,000	6	24	4	30	Rp500,000,000	Rp12,000,000,000	Rp3,400,000,000	Rp15,400,000,000	
12		5	2023	Gili Kondo	Rp0	Rp10,780,000,000	Rp10,780,000,000	Rp10,780,000,000	6	18	3		Rp500,000,000	Rp9,000,000,000	Rp1,780,000,000	Rp10,780,000,000	Rp21,280
13	5		2024	Gili Bidara	Rp0	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	12	20	2		Rp200,000,000	Rp4,000,000,000	Rp6,500,000,000	Rp10,500,000,000	
14		6	2025		Rp0	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000									
15			2026		Rp0	Rp7,000,000,000	Rp7,000,000,000	Rp7,000,000,000									
16	6		2027		Rp0	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000									
17			2028		Rp0	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000									
18		7	2029		Rp0	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000	Rp10,500,000,000									
19	7		2030		Rp0	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000	Rp7,350,000,000									
20	Closing		TOTAL		Rp27,050,000,000	#####	#####	#####	90	206	23	168	#####	Rp61,000,000,000	#####	Rp94,180,000,000	Rp94,180
21																	
22																	
23	LEGEND																
24																	
25																	
26																	
27																	
28																	

Financ.Eng.

Cash Flow

Loan Structure

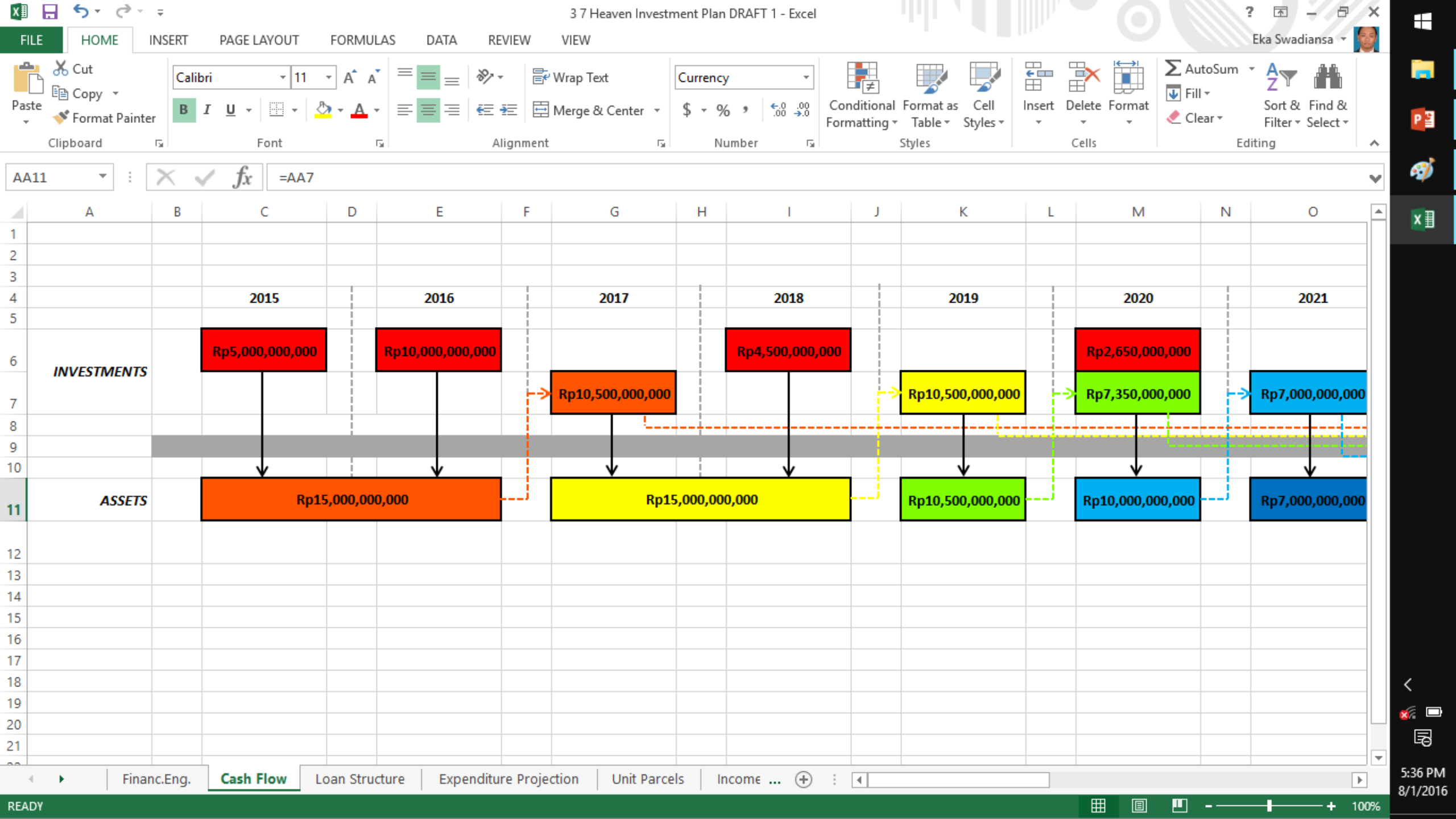
Expenditure Projection

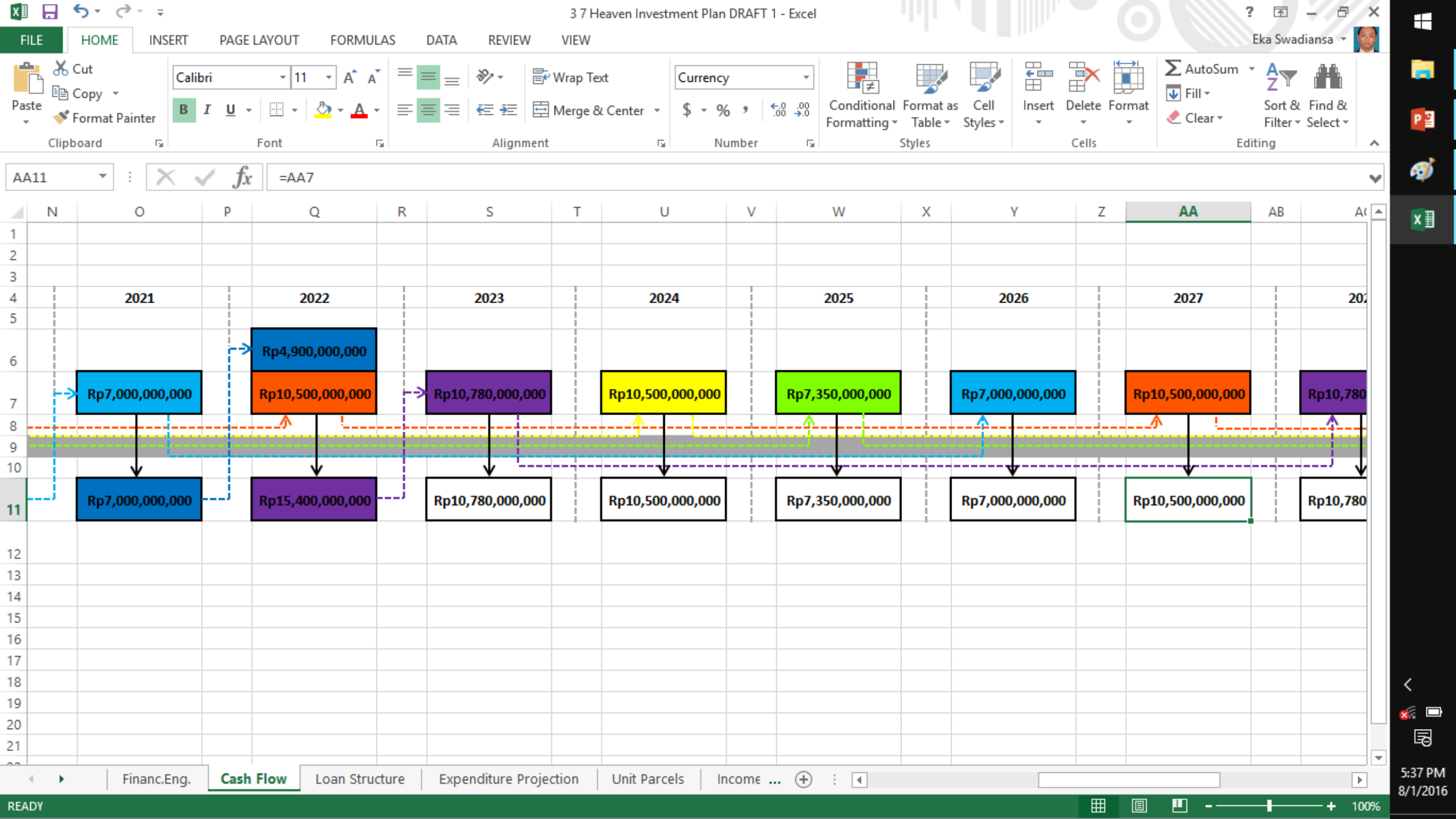
Unit Parcels

Income ...

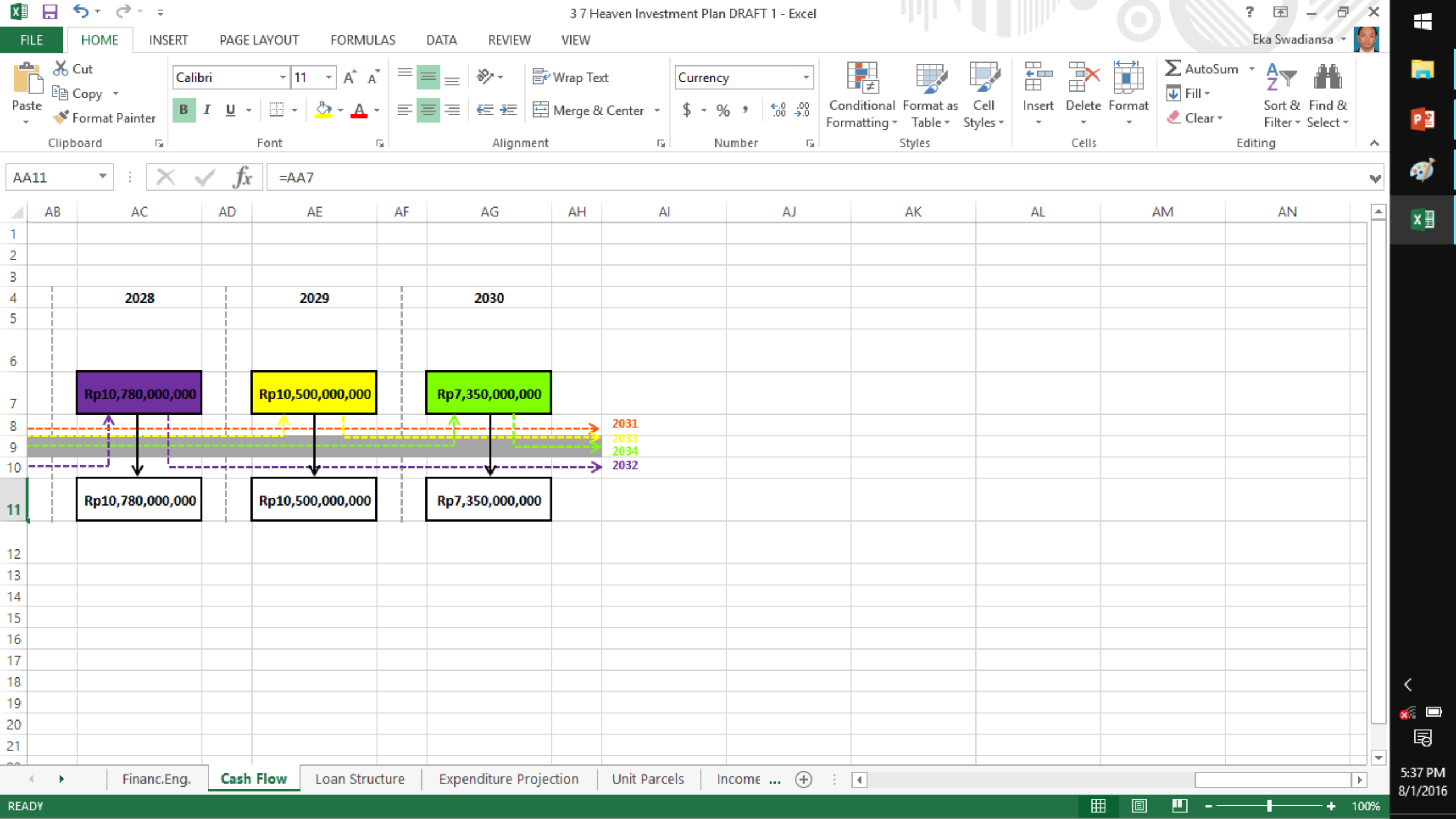
READY

5:36 PM 8/1/2016









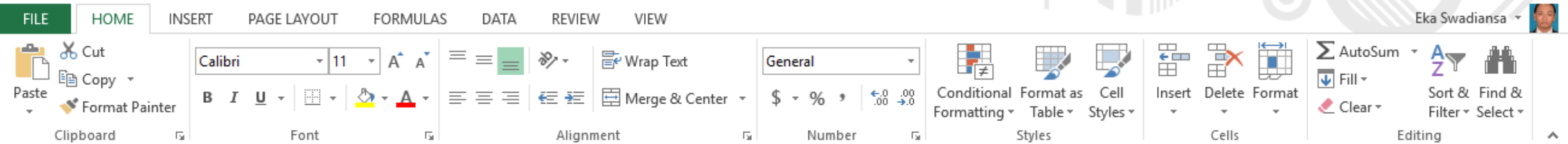


	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
13											
14	6th Loan Pack	7th Loan Pack	8th Loan Pack	9th Loan Pack	10th Loan Pack	11th Loan Pack	12th Loan Pack	13th Loan Pack	14th Loan Pack	Total (mm) Inst.	
15										Rp306,250,000	
16										Rp306,250,000	
17										Rp306,250,000	
18										Rp306,250,000	
19										Rp306,250,000	
20										Rp306,250,000	
21										Rp306,250,000	
22										Rp306,250,000	
23										Rp306,250,000	
24										Rp306,250,000	
25										Rp306,250,000	
26										Rp306,250,000	
27										Rp306,250,000	
28										Rp306,250,000	
29										Rp306,250,000	
30										Rp306,250,000	
31										Rp306,250,000	
32										Rp306,250,000	
33										Rp306,250,000	
34										Rp306,250,000	
35										Rp306,250,000	
36										Rp306,250,000	



[illegible]



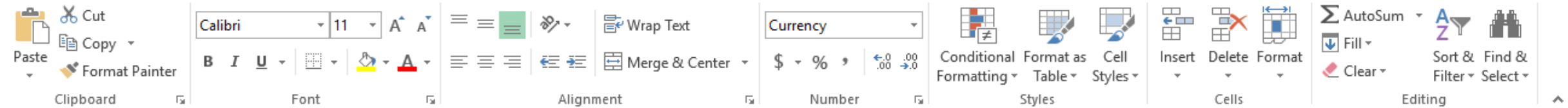


	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
86	Rp306,250,000									Rp1,173,958,333	
87	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
88	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
89	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
90	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
91	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
92	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
93	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
94	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
95	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
96	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
97	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
98	Rp306,250,000	Rp314,416,667								Rp1,488,375,000	
99	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
100	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
101	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
102	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
103	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
104	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
105	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
106	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
107	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
108	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
109	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	
110	Rp306,250,000	Rp314,416,667	Rp306,250,000							Rp1,488,375,000	





[illegible]



AE8     ='Income Projection'!CL8

[illegible]





[Expenditure Projection](#)
[Unit Parcels](#)
[Income Projection](#)
[Income Total](#)
[Bank Loans](#)

[illegible]

# INVESTMENT PLAN

(2nd DRAFT)



GILI LAMPU \* GILI PETAGAN  
GILI KONDO \* GILI LEBUR \* GILI BIDARA  
GILI PRENDE \* GILI KAPAL

OFFICE OF STRATEGIC ARCHITECTURE  
2016





## EXPOSITION

### THE MASTERPLAN

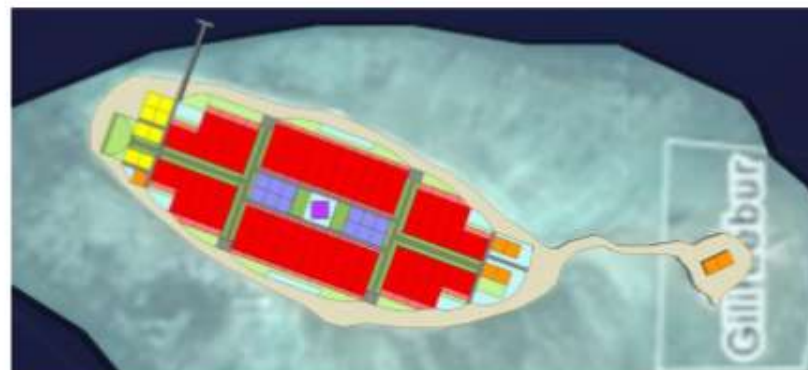
Masterplan design for both Gili Bidara and Gili Kondo (+ Gili Lebur) are each based on 40 small scale parcel development as indicated 'red' on bellow's pictures:



Pic. 1.1: Gili Bidara Block Plan.



Pic. 1.2: Gili Bidara Block Plan.



Pic. 1.3: Gili Kondo Block Plan.



Pic. 1.4: Gili Kondo Masterplan

From total of 80 parcels available, 45 parcels are offered exclusively to be developed through this contract agreement. 25 of Gili Bidara's & 20 of Gili Kondo's parcels are offered to choose from the following various options:

Apart from the 80 habitable parcels, Gili Bidara and Gili Kondo (+ Gili Lebur) Masterplans also provides business-based facilities (indicated orange), socio-communal facilities (indicated purple and blue), and service-based facilities (indicated yellow) with the following parcel calculations:

Parcel Location	Facilities Cluster	Facilities Function	Parcel Allocation	Parcel Area	
				Unit (m <sup>2</sup> )	Total (m <sup>2</sup> )
Gili Bidara	Business	Dive Center	4	400	1,600
		Compact Hall	4	400	1,600
		Water Sport Utilities	4	400	1,600
	Socio-Communal	Masjid	4	400	1,600
		Traditional Market	16	400	6,400
	Services	Worker Hostel	4	400	1,600
		Island Utilities	3	400	1,200
Gili Kondo	Business	Dive Center	4	400	1,600
		Mini Convex	4	400	1,600
		Art Pavilion	2	400	800
	Socio-Communal	Masjid	4	400	1,600
		Art Market	12	400	4,800
		Festival Amphitheatre	6	400	2,400
	Services	Worker Hostel	2	400	800
		Island Utilities	3	400	1,200

Table 1.3: Gili Bidara & Gili Kondo Facilities Parcel Calculation.

Development on Gili Lampu and Gili Petagan are planned over the two conservation island's coastal shallow water reef, hence it has no land parcel area and dedicated public facilities but instead have their own villa renter dedicated executive lounge.

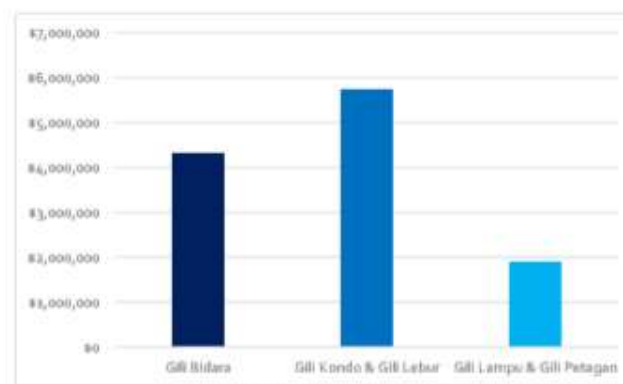


EXPENDITURE PLAN						
Year	Building Type	Location	I Unit	@ Unit	Subtotal	TOTAL
1	Villa Unit Parcel: 1-25	Gili Bidara	150	\$19,200	\$2,880,000	
	Masjid		1	\$144,000	\$144,000	
	Dive Center		1	\$192,000	\$192,000	
	Traditional Market		1	\$96,000	\$96,000	
	Compact Hall		1	\$144,000	\$144,000	
	Worker Hostel		1	\$288,000	\$288,000	
	Island Utility		1	\$480,000	\$480,000	
	Water Sport Utilities		1	\$96,000	\$96,000	
					Subtotal	\$4,320,000
2	Villa Unit Parcel: 1-20	Gili Kondo	80	\$48,000	\$3,840,000	
	Masjid		1	\$144,000	\$144,000	
	Dive Center		1	\$192,000	\$192,000	
	Art Market		1	\$192,000	\$192,000	
	Mini Convex		1	\$288,000	\$288,000	
	Festival Amphitheatre		1	\$144,000	\$144,000	
	Worker Hostel		1	\$288,000	\$288,000	
	Island Utility		1	\$384,000	\$384,000	
Art Pavilion	Gili Lebur	1	\$288,000	\$288,000		
					Subtotal	\$5,760,000
3	Villa Unit Parcel: 1-20	Gili Lampu+Petagan	20	\$67,200	\$1,344,000	
	Floating Lounge		2	\$288,000	\$576,000	
					Subtotal	\$1,920,000
					TOTAL	\$12,000,000

Table 2.1: Staging Net Expenditure Plan.

## EXPENDITURE RATIO

### 1. Expenditure Ratio by Location:



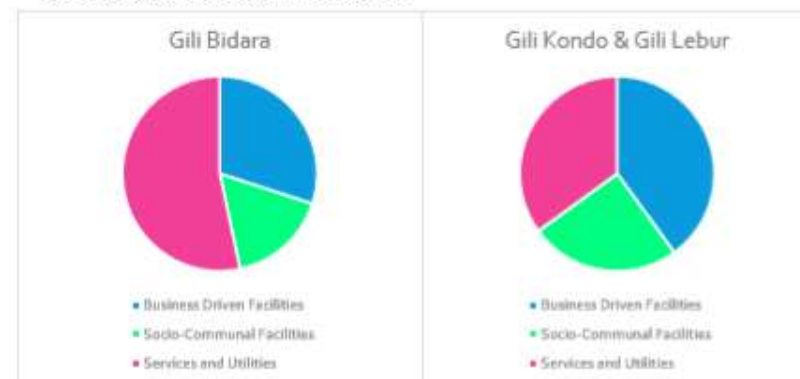
Graph 2.2: Investment by Location

2. Expenditure Ratio by Function:



Graph 2.3: Investment by Function.

3. Expenditure Ratio by Facilities Cluster:



## DEVELOPMENT-REVENUE PROJECTION

### THE VARIABLES

1. Projection Starting Point:

Contract signing will mark the 'year 0' point of development. All legal & bridging works, and part of technical permit & detail operational + construction plan will need to be done before the signing takes place, hence these works will be count as before 'year 0' (i.e. -1, -2, etc.). 'Year 1' marks the beginning of construction in Gili Bidara. Operational (soft launch) is expected to start as soon as the following 'year 2', and therefore revenue are calculated starting from this period.

2. Variable 1: Development (Grace Period) Coefficient:

Project 7 Heaven is designed as virgin destination, hence the project will need to be fuel by tremendous marketing efforts. As result to this condition, revenue projection for the first 3 operational years (year 2-4) will be multiplied by Development Coefficient in the following manners:

- 25% Development Coefficient on 1<sup>st</sup> operational year (2<sup>nd</sup> contract year).
- 50% Development Coefficient on 2<sup>nd</sup> operational year (3<sup>rd</sup> contract year).
- 75% Development Coefficient on 3<sup>rd</sup> operational year (4<sup>th</sup> contract year).
- 100% Development Coefficient since 4<sup>th</sup> operational year on (since 5<sup>th</sup> contract year on).

Implication to this coefficient will show in the very low revenue numbers projected on the first 3 operational years. This is normal case for the development of typical virgin destination and is refers as the 5 years Development Grace Period. This is also logic since the early operational year will need to go along with construction progress on the Gili Bidara, Gili Kondo + Lebur, and Gili Lampu + Gili Petagan parcels until the end of 'year 4'. However the numbers are expected to increase exponentially for the following projected few years.

3. Variable 2: Seasonal Coefficient:

Each annual projection is calculated over 12 monthly revenues over 4 different seasonal status -Low, Med, High, and Peak Season- with respectively seasonal coefficient of 25%, 50%, 75%, and 100%. Full 12 months seasonal coefficients are as follows:

- January (Jan) = Unit Cost x 31 Days x 25% (Low Season).
- February (Feb) = Unit Cost x 28 Days x 25% (Low Season).
- March (Mar) = Unit Cost x 31 Days x 50% (Medium Season).
- April (Apr) = Unit Cost x 30 Days x 50% (Medium Season).
- May (May) = Unit Cost x 31 Days x 50% (Medium Season).
- June (Jun) = Unit Cost x 30 Days x 75% (High Season).
- July (Jul) = Unit Cost x 31 Days x 75% (High Season).
- August (Aug) = Unit Cost x 31 Days x 100% (Peak Season).
- September (Sep) = Unit Cost x 30 Days x 100% (Peak Season).
- October (Oct) = Unit Cost x 31 Days x 75% (High Season).
- November (Nov) = Unit Cost x 30 Days x 25% (Low Season).
- December (Dec) = Unit Cost x 31 Days x 50% (Medium Season).



#### 4. Variable 3: Unit Cost Coefficient:

Unit Cost stands for the publish rate of each room operated. Overall Project 7 Heaven is designed to have 3 different units that are based on the 3 different islands (i.e. Unit Bidara, Unit Kondo, and Unit Lampu/Petagan; Note: there is no rent unit in Gili Lebur). The base price is set on Unit Bidara for the 2<sup>nd</sup> operational year which is equivalent to USD 30 with price for the other two units are set in ratio to their construction cost. Since each of the Unit Bidara, Unit Kondo, and Unit Lampu & Petagan are respectively planned with construction costs of USD 19,200, USD, 48,000, and USD 67,200; then base cost for the other two units are calculated as follows:

- Unit K = USD 30 x (Unit K Construction Cost / Unit B Construction Cost)  
= USD 30 x (USD 48,000 / USD 19,200)  
= USD 75
- Unit L&P = USD 30 x (Unit L&P Construction Cost / Unit B Construction Cost)  
= USD 30 x (USD 67,200 / USD 19,200)  
= USD 105

Unit Cost Coefficient stands for formulae that calculates the inflation of unit cost throughout the development / contract years. This coefficients are set over 3 of the following different scenarios:

##### - First (Pessimistic) Scenario:

Define as USD 1.25 increase on the unit base (Yy.2 Bidara Unit Cost) for every year starting from 2<sup>nd</sup> operational year (3<sup>rd</sup> contract year / Yy.3). Overall Unit Cost are calculated as follows:

Unit Type	@ Ratio	Yy.2	Yy.3	Yy.4	Yy.5	Yy.6	Yy.7	Yy.8
Unit Bidara	\$19,200	\$30.00	\$31.25	\$32.50	\$33.75	\$35.00	\$36.25	\$37.50
Unit Kondo	\$48,000	\$75.00	\$76.13	\$77.25	\$78.38	\$79.50	\$80.63	\$81.75
Unit L&P	\$67,200	\$105.00	\$106.38	\$107.75	\$109.13	\$110.50	\$111.88	\$113.25
Unit Type	@ Ratio	Yy.9	Yy.10	Yy.11	Yy.12	Yy.13	Yy.14	Yy.15
Unit Bidara	\$19,200	\$38.75	\$40.00	\$41.25	\$42.50	\$43.75	\$45.00	\$46.25
Unit Kondo	\$48,000	\$96.88	\$100.00	\$103.13	\$106.25	\$109.38	\$112.50	\$115.63
Unit L&P	\$67,200	\$135.63	\$140.00	\$144.38	\$148.75	\$153.13	\$157.50	\$161.88

Table 3.1: First Scenario Unit Costs.

##### - Second (Fair) Scenario:

Define as USD 2.50 increase on the unit base (Yy.2 Bidara Unit Cost) for every year starting from 2<sup>nd</sup> operational year (3<sup>rd</sup> contract year / Yy.3). Overall Unit Cost are calculated as follows:

Unit Type	@ Ratio	Yy.2	Yy.3	Yy.4	Yy.5	Yy.6	Yy.7	Yy.8
Unit Bidara	\$19,200	\$30.00	\$32.50	\$35.00	\$37.50	\$40.00	\$42.50	\$45.00
Unit Kondo	\$48,000	\$75.00	\$81.25	\$87.50	\$93.75	\$100.00	\$106.25	\$112.50
Unit L&P	\$67,200	\$105.00	\$113.75	\$122.50	\$131.25	\$140.00	\$148.75	\$157.50
Unit Type	@ Ratio	Yy.9	Yy.10	Yy.11	Yy.12	Yy.13	Yy.14	Yy.15
Unit Bidara	\$19,200	\$47.50	\$50.00	\$52.50	\$55.00	\$57.50	\$60.00	\$62.50
Unit Kondo	\$48,000	\$118.75	\$125.00	\$131.25	\$137.50	\$143.75	\$150.00	\$156.25
Unit L&P	\$67,200	\$166.25	\$175.00	\$183.75	\$192.50	\$201.25	\$210.00	\$218.75

Table 3.2: Second Scenario Unit Costs.

- Third (Optimistic) Scenario:

Define as USD 2.50 increase on the unit base (Yy.2 Bidara Unit Cost) for every year starting from 2<sup>nd</sup> operational year (3<sup>rd</sup> contract year / Yy.3) until 5<sup>th</sup> operational year (6<sup>th</sup> contract year / Yy.6). From the following year on (2<sup>nd</sup> year after grand opening or the end of Development Grace Period) annual price increase will be doubled to USD 5.00. Overall Unit Cost are calculated as follows:

Unit Type	@ Ratio	Yy.2	Yy.3	Yy.4	Yy.5	Yy.6	Yy.7	Yy.8
Unit Bidara	\$19,200	\$30.00	\$32.50	\$35.00	\$37.50	\$40.00	\$45.00	\$50.00
Unit Kondo	\$48,000	\$75.00	\$81.25	\$87.50	\$93.75	\$100.00	\$112.50	\$125.00
Unit L&P	\$67,200	\$105.00	\$113.75	\$122.50	\$131.25	\$140.00	\$157.50	\$175.00
Unit Type	@ Ratio	Yy.9	Yy.10	Yy.11	Yy.12	Yy.13	Yy.14	Yy.15
Unit Bidara	\$19,200	\$55.00	\$60.00	\$65.00	\$70.00	\$75.00	\$80.00	\$85.00
Unit Kondo	\$48,000	\$137.50	\$150.00	\$162.50	\$175.00	\$187.50	\$200.00	\$212.50
Unit L&P	\$67,200	\$192.50	\$210.00	\$227.50	\$245.00	\$262.50	\$280.00	\$297.50

Table 3.3: Third Scenario Unit Costs.

5. Variable 4: Operational Cost Coefficient:

Operational Cost is set in the fix 40% to Annual Revenue. Operationally, the monthly amount of operational cost will be calculated in the following manner:

- Average Annual Revenue = Annual Revenue / 12 months.
- Average Annual Operational Expenditure = Annual Revenue x 40%
- Monthly Operational Expenditure = 40% x (Annual Revenue / 12 months)

6. Profit Sharing Ratio:

Total profit / investment return (Annual Dividend) is set in the fix 60% to Annual Revenue. This number is furtherly divided into 80%.

7. Operational Grace Period:

As sole development partner that will work with PT Telu Gili in developing 62.5 % of Gili Bidara parcels, 50% of Gili Kondo & Gili Lebur parcels, and 100% of Gili Lampu & Gili Petagan on-waterscape parcels, investors are given 10 years Operational Grace Period to operate in total market monopoly for the first 10 years of contract.

## ANNUAL PROJECTIONS

The following are annual projections of the 3 different scenarios. Highlighted numbers are including: overall R.O.I. (darker green), investor's Pack 1 R.O.I. (lighter green), overall total contract return (darker blue), and investor's Pack 1 total contract return (lighter blue).

### 1. First Scenario:

Yr	Annual Return			Recapitalize Return		
	Total	Pack 1	Pack 2	Total	Pack 1	Pack 2
2	\$144,281	\$115,425	\$28,856	\$144,281	\$115,425	\$28,856
3	\$701,367	\$561,094	\$140,273	\$845,648	\$676,519	\$169,130
4	\$1,313,152	\$1,058,521	\$262,630	\$2,158,800	\$1,727,040	\$431,760
5	\$1,817,944	\$1,454,355	\$363,589	\$3,976,744	\$3,181,395	\$795,349
6	\$1,885,275	\$1,508,220	\$377,055	\$5,862,019	\$4,689,615	\$1,172,404
7	\$1,852,606	\$1,562,085	\$390,521	\$7,814,625	\$6,251,700	\$1,562,925
8	\$2,019,938	\$1,615,950	\$403,988	\$9,834,563	\$7,867,650	\$1,966,913
9	\$2,087,269	\$1,669,815	\$417,454	\$11,921,831	\$9,537,465	\$2,384,366
10	\$2,154,600	\$1,723,680	\$430,920	\$14,076,441	\$11,261,145	\$2,815,286
11	\$2,221,931	\$1,777,545	\$444,386	\$16,298,383	\$13,038,890	\$3,259,673
12	\$2,289,263	\$1,831,410	\$457,853	\$18,587,625	\$14,870,100	\$3,717,525
13	\$2,356,594	\$1,885,275	\$471,319	\$20,944,219	\$16,755,375	\$4,188,844
14	\$2,423,925	\$1,939,140	\$484,785	\$23,368,144	\$18,694,515	\$4,673,629
15	\$2,491,256	\$1,993,005	\$498,251	\$25,859,880	\$20,687,520	\$5,171,880

Table 3.4: First Scenario Annual Projection.

### 2. Second Scenario:

Yr	Annual Return			Recapitalize Return		
	Total	Pack 1	Pack 2	Total	Pack 1	Pack 2
2	\$144,281	\$115,425	\$28,856	\$144,281	\$115,425	\$28,856
3	\$729,422	\$583,538	\$145,884	\$873,703	\$698,963	\$174,741
4	\$1,413,956	\$1,131,165	\$282,791	\$2,287,659	\$1,830,128	\$457,532
5	\$2,019,938	\$1,615,950	\$403,988	\$4,307,597	\$3,446,078	\$861,519
6	\$2,154,600	\$1,723,680	\$430,920	\$6,462,197	\$5,169,758	\$1,292,439
7	\$2,289,263	\$1,831,410	\$457,853	\$8,751,459	\$7,001,168	\$1,750,292
8	\$2,423,925	\$1,939,140	\$484,785	\$11,175,384	\$9,940,308	\$2,235,077
9	\$2,558,588	\$2,046,870	\$511,718	\$13,733,932	\$10,987,178	\$2,746,794
10	\$2,693,250	\$2,154,600	\$538,650	\$16,427,222	\$13,141,778	\$3,285,444
11	\$2,827,913	\$2,262,330	\$565,583	\$19,255,134	\$15,404,108	\$3,851,027
12	\$2,962,575	\$2,370,060	\$592,515	\$22,217,709	\$17,774,168	\$4,443,542
13	\$3,097,238	\$2,477,790	\$619,448	\$25,314,947	\$20,293,958	\$5,062,989
14	\$3,231,900	\$2,585,520	\$646,380	\$28,546,847	\$22,837,478	\$5,709,369
15	\$3,366,563	\$2,693,250	\$673,313	\$31,813,409	\$25,330,728	\$6,382,682

Table 3.5: Second Scenario Annual Projection.

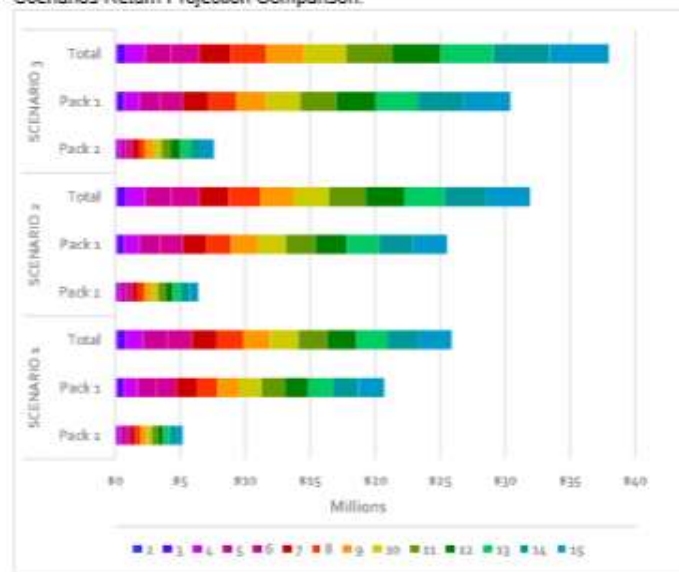


### 3. Third Scenario:

Yy	Annual Return			Recapitalize Return		
	Total	Pack 1	Pack 2	Total	Pack 1	Pack 2
2	\$144,281	\$115,425	\$28,856	\$144,281	\$115,425	\$28,856
3	\$729,422	\$583,538	\$145,884	\$873,703	\$698,963	\$174,741
4	\$1,413,956	\$1,131,165	\$282,791	\$2,287,659	\$1,830,128	\$457,532
5	\$2,079,938	\$1,615,950	\$463,988	\$4,307,597	\$3,446,078	\$861,519
6	\$2,154,600	\$1,723,680	\$430,920	\$6,462,197	\$5,169,758	\$1,292,439
7	\$2,423,925	\$1,939,140	\$484,785	\$8,886,122	\$7,108,898	\$1,777,224
8	\$2,693,250	\$2,154,600	\$538,650	\$11,579,372	\$9,263,498	\$2,315,874
9	\$2,962,575	\$2,370,060	\$592,515	\$14,341,587	\$11,633,558	\$2,708,029
10	\$3,231,900	\$2,585,520	\$646,380	\$17,773,847	\$14,229,078	\$3,544,769
11	\$3,501,225	\$2,800,980	\$700,245	\$21,275,077	\$17,020,058	\$4,255,019
12	\$3,770,550	\$3,016,440	\$754,110	\$25,045,622	\$20,036,498	\$5,009,124
13	\$4,039,875	\$3,231,900	\$807,975	\$29,085,497	\$23,268,398	\$5,817,099
14	\$4,309,200	\$3,447,360	\$861,840	\$33,394,697	\$26,715,758	\$6,678,939
15	\$4,578,525	\$3,662,820	\$915,705	\$37,873,223	\$30,378,578	\$7,494,645

Table 3.6: Third Scenario Annual Projection.

### 4. Scenarios Return Projection Comparison:

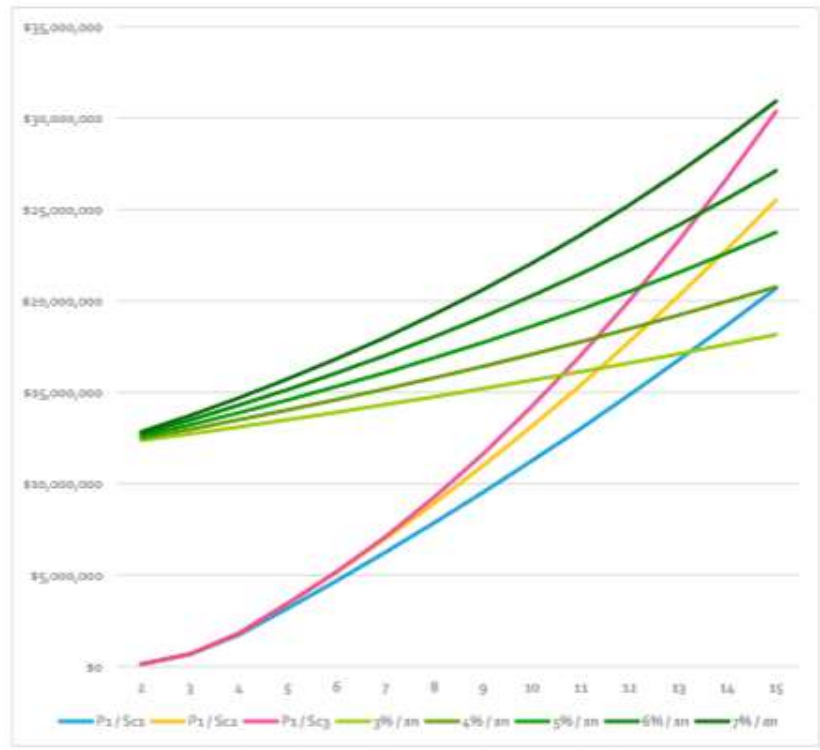


Graph 3.1: Scenarios Projection Comparison.

## RECAPITULATION

### COMPARISON TO FIXED BANK INTEREST RATE

How does this investment plan perform financially? To answer this question, we are concluding this proposal by comparing its –three different Pack 1 (investor's) recapitulation return projection scenarios- with an assumption of which the USD 12 million investment capital are to be deposited into fixed interest rate bank account for equally 15 years period. The results are as follows: (i) Overall scenarios Pack 1 end returns are in balance to 15 years depository of fixed interest in between 3-7%. (ii) Going more detail, the pessimistic first scenario is in balance to 15 years of 4% fixed interest, (iii) while the fair second is in balance to 5.5%, and (iv) optimistic third to 7%.



Graph 4.1: Revenue Forecast vs Bank Interest Rate.

At first glance this conclusion might not seem to be impressive, but at the very least it is calculated with realistic non-exaggerating variables. Nonetheless, this typical development-based investment will be more beneficial if compared to the common bank depository operation in several ways which includes:

1. Financially, the fixed interest rates depository operation presented in this section was calculated back-to-back in each year; meaning that the end numbers can only be achieved if all the USD 12 million capital is stayed within the account for the whole 15 years period. On the other hand, through the development schemes, part of the returns are available to be withdrawn annually in form of Pack 1 dividend; which in turn can be re-invested to other investment operation.
2. Socially and Environmentally, participating to this development based investment means that the bank or investors involved in this project are consciously aware and are actively involved in the process of human capacity building by means of rural tourism industry development; programed over strong senses of natural / environmental conservation-based business plan. Hence this project will give strong socio-ecological portfolio to the respective investment bodies that will be beneficial for its future investment activities.

*Life is victorious, let there be light.*



## BUSINESS CYCLE

Labor  
Value  
Instrument



## Business Cycle

The Net  
LCC  
Accelerated Technology  
Transfer

## CREATIVE DESTRUCTION

Wage & Surplus Value  
Use/Exchange Value  
Means of Production &  
Relation of Production



## CREATIVE SUSPENSIONS

Time (Credit Card)  
Value (Bubbles)  
Reality (Derivative)

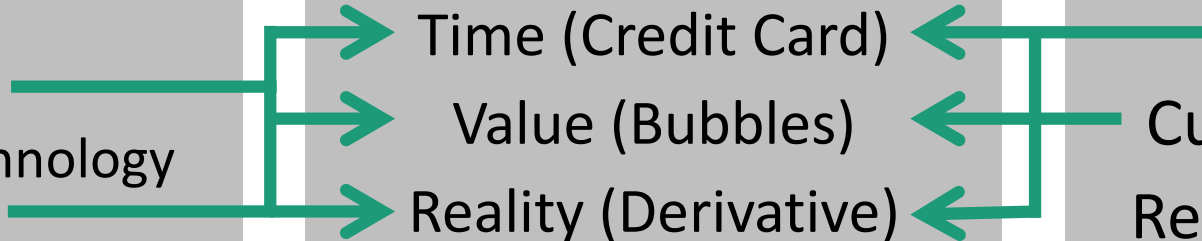
## CAPITAL ACCUMULATION

Commodities  
Money  
Production



## CAPITAL ACCUMULATION

Labor Flight,  
Currency Deviation  
Reverse Engineering



Corporation Level  
Surya University







**MASTERPLAN**

to be continue on  
Extended Lecture



Thank You

