



Company Profile

cektok.com

info@cektok.com

A. Gambaran Umum Cekstok (*Executive Summary*)

Cekstok adalah platform digital yang menghubungkan produsen / supplier barang dengan jaringan seller dalam sebuah sistem dengan menyediakan sistem digital yang terintegrasi dengan *fulfillment center* yang berada di beberapa lokasi strategis dan dapat diakses realtime. Cekstok mengutamakan kualitas dan kecepatan layanan, mulai dari verifikasi barang yang masuk, operasional di dalam fulfillment center, hingga pengiriman. Cekstok mengupayakan jaringan seller-nya dapat melakukan transaksi yang efisien dan terus meningkat dengan berbagai fitur dan pelayanan.

Para seller selalu *di-support* untuk meningkatkan transaksi mereka dengan 4 kunci:

1. Memastikan barang berkualitas.
2. Memastikan harga barang diterima pasar.
3. Melakukan riset produk terbaru yang dibutuhkan pasar secara berkesinambungan.
4. Memastikan pengiriman yang cepat dan efisien.

Para produsen di-support dengan 4 kunci:

1. Memastikan barang yang di supply segera dipasarkan oleh jaringan seller.
2. Memberikan informasi data penjualan mereka dengan efisien.
3. Menyajikan data analisis produk perlu di-*supply* dengan potensinya.
4. Menyediakan investasi kepada produsen untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi mereka sehingga dapat memenuhi kebutuhan persediaan barang dari potensi transaksi penjualan yang semakin meningkat.

Cekstok telah beroperasi sejak Desember 2016, mulai dari 1 fulfillment center hingga saat ini telah memiliki 4 fulfillment center dengan kapasitas yang besar. Diawali pendanaan yang didapatkan dari *angel investor*, cekstok saat ini telah memiliki profit yang cukup untuk semakin meningkatkan pelayanannya. Dari perjalanan yang telah dilalui sampai dengan saat ini, dapat dibuktikan bahwa potensi berkembang semakin besar dan semakin dekat.

Apa yang mendasari potensi yang sangat besar? Karena “**cekstok saat ini tumbuh secara organik**”. Sehingga dengan beberapa strategi dan pengembangan yang telah direncanakan, dengan sangat optimis cekstok dapat mewujudkan ekonomi Indonesia yang unggul dan berdaya saing menghadapi pasar ekonomi global. Selama awal beroperasi pada 2016 sampai maret 2019 total barang yang terjual (omzet) adalah Rp. 10.892.592.291,- dari 45 seller aktif. Dengan jumlah total seller yang telah register 1.130.

B. Perjalanan Usaha (*Our Story*)

Cekstok diawali dari pertemuan antara Riko Saputro (CEO) dengan Alfi Setyadi (CTO). Dimana, lebih dari 10 tahun sebelum mereka bertemu Riko sudah menjalankan usaha perdagangan yang sukses dan visioner. Usaha dagang Riko yang juga mulai memanfaatkan marketplace pada 2013, semakin meningkat. Dan dari pengalaman Riko yang berjualan *offline* hingga *online*, muncul banyak ide dan gagasan yang perlu segera direalisasikan. Alfi yang memiliki pengalaman di *software engineering* dan juga pernah berkontribusi di beberapa perusahaan, menyambut positif ide dari Riko. Dan cekstok mulai beroperasi pada Desember 2016 untuk support gudang penjualan yang dimiliki Riko. Visi cekstok menjadi semakin kuat ketika Alfian Andri (COO) bergabung dengan cekstok pada 2018. Alfian memiliki usaha dagang dan juga aktif di komunitas *online seller*, bahkan mendapatkan penghargaan dari salah satu *marketplace* Indonesia atas gerakannya di komunitas.

Dengan berkumpulnya mereka bertiga, cekstok semakin berkembang terbukti dari transaksi yang meningkat signifikan, dan telah bekerja sama dengan beberapa pihak dalam bidang pengiriman dan penyediaan barang (produsen). Hingga pada awal 2019 cekstok beroperasi di 4 fulfillment center.

B. Status Perusahaan (*Current Company Status*)

Saat ini cekstok berbadan hukum CV, dan sedang dalam proses pembuatan PT. Dengan 4 pemegang saham (*3 founders, 1 angel investor*).

Fulfillment center 1 berlokasi di Jl. Prof. Dr. Mustopo No.88, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur.

Fulfillment center 2 berlokasi di Jl. Mastrip No. 5, Blitar, Jawa Timur.

Fulfillment center 3 berlokasi di Jl. Slamet Riyadi. No. 463, Makamhaji, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Fulfillment center 4 berlokasi di Jl. Hasan Munadi Kel.Gunung Gangsir, Beji, Pasuruan, Jawa Timur

C. Visi dan Misi Cekstok (*Cekstok Objectives*)

Visi utama cekstok

"Mewujudkan Ekonomi Indonesia yang Unggul dan Berdaya Saing Menghadapi Pasar Ekonomi Global"

Visi kuat yang kami bawa adalah mengangkat produk dan produsen lokal dalam scope kecil, scope besarnya adalah pertumbuhan ekonomi nasional yang akan bergerak secara *massive*. Hadirnya

cekstok.com

info@cekstok.com

Indonesia (62) 821 3106 3146

CEKSTOK 

produk import murah dari berbagai luar negeri bukanlah jawaban yang sesungguhnya dari para end user. Sudah menjadi kesadaran umum bahwasannya barang murah import tidak cukup memiliki kualitas, disamping adanya kultur yang membedakan para *end user* untuk memilih produk lokal. *Aware nasionalisme* produk inilah power yang tidak dapat tergoyahkan. Cekstok hadir untuk menciptakan awareness itu dengan langkah (1) kemudahan bertransaksi, (2) kecepatan pengiriman, (3) kualitas terjamin, (4) harga terjangkau, (5) dengan 1 transaksi di **cekstok** mereka telah berkontribusi meningkatkan ekonomi bangsa.

Misi cekstok bagi para pemangku kepentingan:

1. Seller retail, dengan menyediakan barang untuk dijual dengan kualitas yang terjaga, pelayanan, dan distribusi yang efisien.
2. Seller grosir, dengan menyediakan barang dengan sistem persediaan yang tersedia langsung dari produsen dengan harga yang kompetitif dan pengiriman dengan sistem cash on delivery gratis dengan jaminan barang datang tidak melebihi batas waktu estimasi.
3. Produsen, dengan menyediakan gudang yang di-manage platform cekstok dan siap dijual ke *market* melalui jaringan seller cekstok. Beberapa UKM yang memiliki potensi diberi investasi untuk mengembangkan kekuatannya.
4. Pembeli, merasakan pengalaman menggunakan produk asli Indonesia dengan mudah dan sesuai deskripsi maupun gambar karena cekstok selalu menjaga kualitas produk yang dijual di etalase cekstok.

D. Tim Direksi dan Manajerial (*The Team*)

Riko Saputro memiliki jiwa wirausaha sejak kecil, di masa SD telah memiliki pengalaman berjualan. Mulai berjualan layang-layang, sampai menjual kembang api dan petasan yang menurutnya dia berani mengambil konsekuensi karena memiliki strategi dalam menjalankan usahanya. Sampai akhirnya SMA sudah menjadi distributor batik di Solo sampai wilayah Jawa Timur. Tidak hanya usaha perdagangan saja, dia memiliki gagasan dalam strategi logistik dan distribusi. Di **cekstok** dia sangat yakin dapat menjadikan platform ini tulang punggung ekonomi bagi pengguna dan pihak yang sangat luas. Sebagai **CEO (Chief Executive Officer)**, Riko telah berhasil membuktikan konsep **cekstok** ini dapat diimplementasikan dan menjadi model bisnis bagi mereka yang baru memulai usaha perdagangan sampai kepada mereka yang telah memiliki usaha perdagangan skala menengah keatas.

Alfi Setyadi tidak hanya memiliki kemampuan *programming / software engineering*, namun juga mengetahui bagaimana menerjemahkan konsep bisnis ke dalam sistem digital. Dengan prinsip *agility*, dia dapat memastikan kebutuhan bisnis dapat terfasilitasi dalam platform **cekstok** secara berkesinambungan. Tantangan yang sangat besar dia hadapi karena *development team* yang dimiliki cekstok dibawah 5 orang dalam satu kali waktu. Sebagai **CTO (Chief Technology Officer)**,

dia berpandangan tidak ada proses bisnis yang tidak dapat dia fasilitasi melalui teknologi. Terbukti dengan sampai saat ini **cekstok** telah digunakan dan terus berkembang.

Alfian Andri seorang yang sangat teliti dan ulet. Sarjana teknik elektro di salah satu Institusi unggulan di Indonesia yang berhasil dalam usaha perdagangan. Dan tidak berhenti disitu saja, beliau berhasil menjadi pelopor jualan *online* di masyarakat sekitarnya, sampai mendapatkan penghargaan komunitas ecommerce nasional. Keuletannya untuk meyakinkan orang lain bahwasannya jualan *online* bukan sekedar usaha coba-coba. Dia membuktikan barang aneh dan dianggap tidak layak dijual *online* bisa diterima pasar. Hingga kini dia aktif mengisi berbagai seminar komunitas di level nasional. Sebagai **COO (Chief Operating Officer)** dia memastikan operasional di **cekstok** dapat berjalan sesuai rencana sampai ke detail pekerjaan kecil.

Ahmad Muizza Habibi pemuda 21 tahun yang memiliki pengalaman di dunia internet marketing dan membangun usaha perdagangan. Meski dengan usia yang muda, kemampuan untuk berkontribusi dalam membangun usaha sangat tinggi. Sebagai **CMO (Chief Marketing Officer)** dia sudah melakukan analisis dan perencanaan marketing untuk cekstok. Dia optimis dapat membawa cekstok mencapai target akuisisi seller, produsen lokal mayoritas di Indonesia.

Rini Anggraini seorang lulusan ilmu akuntansi dan berpengalaman dalam manajemen perdagangan. Dengan kemampuannya, cekstok dapat membangun tim operasional gudang yang solid. Fokus pada apa yang perlu dikerjakan oleh masing-masing divisi / tim gudang harian, mingguan, dan bulanan. Sebagai **VP of Operation** pencapaian yang sangat dirasakan oleh cekstok adalah terbentuknya tim operasional gudang yang tangguh, cepat dalam pekerjaan dan disiplin tinggi.

Niken Retno Hastuti bergabung dengan cekstok pada saat memiliki karir yang cukup baik di bidang *accounting consultant*. Memiliki semangat kerja yang sangat bagus, komitmen dan pemahaman yang cepat terhadap pekerjaan dalam lingkup perusahaan. Sebagai **Business Administrator** memastikan setiap kebijakan perusahaan dan program kerja perusahaan dapat dimonitor dengan baik.

E. Market (Market Size and Development)

Data laporan terakhir pada bulan Januari 2019, cekstok telah memiliki *Gross Transaction Value (GTV)* Rp. 10.892.592.291 sejak diluncurkan pada Desember 2016. Pencapaian ini dicapai dengan organik, yang mayoritas tersebar melalui komunitas penjual online sekitar Blitar.

Sebaran user seller saat ini sangat kecil jika dibandingkan dengan potensi pengembangan yang telah dianalisa. Jika dilihat dari data penduduk indonesia, saat Indonesia memiliki jumlah penduduk ke-4 terbesar di dunia. Hal tersebut merupakan pasar yang sangat potensial untuk

memasarkan sebuah produk. Sayangnya, hal tersebut belum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat Indonesia sendiri. Padahal, Indonesia memiliki produk lokal yang kualitasnya tidak kalah dengan produk asing. Bahkan, banyak produk industri rumahan yang telah diekspor ke luar negeri namun tidak memiliki pasar di negeri sendiri.

Cekstok muncul untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Potensi pasar yang tidak dimaksimalkan akan membuat distorsi pada keseimbangan pasar nasional. Data menunjukkan potensi umkm yang ada di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 58,97 Juta. Data lain juga menggambarkan pengguna internet pada tahun 2018 sebesar 132,7 juta dengan penetrasi 50%. Jika produk dalam negeri dapat menyebar di pasar nasional 50% dari market size, maka akan sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Cekstok hadir untuk mengembangkan potensi produk dalam negeri. Bukan hanya menyediakan pasar, cekstok juga memberikan pembinaan dan pelatihan oleh ahli untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam negeri agar dapat bersaing di negeri sendiri. Model bisnis cekstok dengan sistem B2B (Business to Business) dan B2C (Business to Consumer) membuat cekstok sangat diuntungkan dengan pertarungan raksasa e-commerce, khususnya marketplace dalam hal peningkatan transaksi *end user*. Data pengunjung marketplace pada triwulan ke-4 tahun 2018 menunjukkan 500 juta pengunjung setiap bulannya. Fakta tersebut menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat terhadap jual beli online sangat besar. Sehingga, sangat disayangkan jika potensi tersebut tidak dimaksimalkan.

F. Aktivitas Operasional Harian (*Daily Operations*)

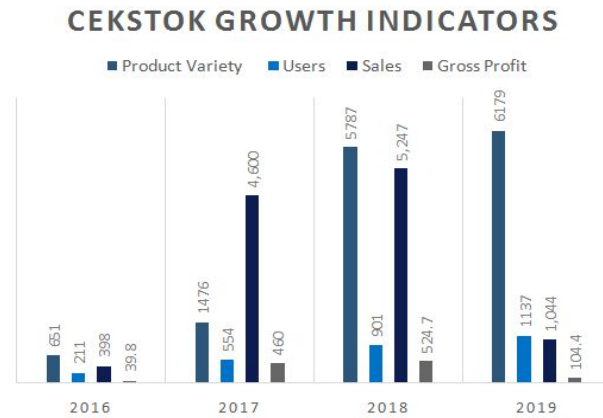
Kegiatan harian cekstok terdiri dari beberapa divisi. Divisi besar dibagi menjadi 4 bagian:

1. Operasional gudang
2. Manajerial, yang memonitor jalannya SOP masing-masing divisi untuk diintegrasikan dengan level strategis perusahaan.
3. Technical development, me-maintain dan terus mengembangka teknologi cekstok untuk men-support proses bisnis di semua divisi.
4. Tim marketing dan hubungan publik, aktif mengakuisisi user baru dan mengedukasi dengan mengadakan event rutin seperti seminar / workshop ataupun event sosial yang bertujuan menciptakan awareness ekonomi nasional.

G. Pertumbuhan Cekstok (*Growth and Expansion*)

Cekstok telah berdiri sejak Desember 2016. Mulai awal, cekstok sudah berkomitmen untuk membawa bisnis masyarakat ke lingkup yang lebih luas. komitmen tersebut didukung oleh

berbagai pihak sehingga cekstok tetap dapat tumbuh dan berkembang sampai saat ini. Berikut data pertumbuhan cekstok berdasarkan beberapa indikator:



Gambar 1. Pertumbuhan cekstok

Grafik tersebut menunjukkan bahwa cekstok terus bertumbuh seiring berjalannya waktu dan usaha yang gigih dari berbagai pihak. Selain grafik tersebut juga pertumbuhan cekstok ditunjukkan oleh persebaran dari produk umkm yang diserap oleh cekstok yang berada di beberapa kota di Indonesia meliputi: Blitar, Kediri, Tulungagung, Malang, Mojokerto, Pasuruan, Sidoarjo, dan Solo. Sampai saat ini, cekstok tetap berusaha untuk mengembangkan kinerja bisnisnya di berbagai sisi. Sehingga, di kemudian hari cekstok akan menjadi salah satu fulfillment center yang berkontribusi secara nyata terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia.

F. Program Unggulan (*Special Program*)

1. Pengiriman jalur mandiri ke seluruh wilayah Indonesia.
2. Pelatihan dan pengembangan kepada para seller untuk meningkatkan penjualan.
3. Pembinaan kepada produsen untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dan menyediakan produk yang diminati oleh pasar.
4. Diferensiasi produk yang merupakan produk asli industri mikro kecil dalam negeri.