

## DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar isi.....	v
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran .....	xiii
Intisari .....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Lingkungan Ekternal .....	1
1.2 Lingkungan Internal.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1 Iklan .....	12
2.1.1 Jenis Iklan .....	14
2.1.2 Media Iklan.....	15
2.2 <i>Mobile Application</i> .....	17
2.3 Model Bisnis.....	20
2.3.1 Segmen Konsumen ( <i>Customer Segments</i> ).....	22

2.3.2 Nilai Pembeda ( <i>Value Propositions</i> ) .....	24
2.3.3 Saluran ( <i>Channels</i> ) .....	25
2.3.4 Relasi dengan konsumen ( <i>Customer Relationship</i> ).....	26
2.3.5 Arus Pemasukan ( <i>Revenue Streams</i> ) .....	27
2.3.6 Sumber daya utama ( <i>Key Resources</i> ).....	28
2.3.7 Kegiatan utama ( <i>Key Activities</i> ).....	29
2.3.8 Partner utama ( <i>key Partnership</i> ) .....	30
2.3.9 Struktur biaya ( <i>cost structure</i> ).....	31
2.4 Rencana Bisnis.....	31
2.4.1 Tujuan Rencana Bisnis .....	33
2.5 Perencanaan Bisnis Berbasis Aspek Fungsional.....	36
2.5.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	37
2.5.2 Rencana Pemasaran .....	38
2.5.3 Rencana Operasional .....	38
2.5.4 Rencana Sumber Daya Manusia.....	40
2.5.5 Rencana Finansial.....	40
2.5.6 Rencana Strategi Keluar .....	40
2.6 Kerangka PESTEL.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Level Analisis .....	47
3.2 Sumber Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	47
3.3 Metoda Analisis Data .....	48
3.4. Analisis Sensitivitas.....	52
3.5. Strategi Keluar .....	53
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....</b>	<b>54</b>
4.1 Survei Pemilik Mobil.....	54
4.2 Observasi .....	67

4.3 Wawancara .....	74
4.4 Kanvas Model Bisnis .....	85
4.4.1 Segmen Pelanggan.....	87
4.4.2 Penawaran Nilai .....	88
4.4.3 Saluran .....	88
4.4.4 Hubungan Pelanggan .....	89
4.4.5 Aliran Pendapatan .....	90
4.4.6 Sumber Daya Kunci.....	90
4.4.7 Aktivitas Kunci .....	91
4.4.8 Kemitraan Kunci .....	92
4.4.9 Struktur Biaya .....	94
4.5 Rencana Fungsional Bisnis.....	95
4.5.1 Misi, Visi dan Tujuan .....	95
4.6 Rencana Pemasaran .....	96
4.6.1 Segmentasi Pelanggan .....	97
4.6.2 Target Pelanggan yang Dituju .....	97
4.6.3 Penempatan Posisi Produk.....	98
4.6.4 Strategi Bauran Pemasaran .....	98
4.7 Rencana Organisasi dan Sumber Daya Manusia.....	105
4.8 Rencana Operasi .....	108
4.9 Rencana Keuangan .....	109
4.9.1 Sumber Dana.....	112
4.9.2 Kebutuhan Modal.....	112
4.9.3 Perkiraan Pendapatan.....	114
4.9.4 Analisis Kelayakan investasi .....	116
4.10 Analisis Non Keuangan .....	119
4.11 Strategi Keluar .....	122

<b>BAB V RENCANA AKSI</b> .....	124
5.1 Waktu dan Kegiatan .....	124
5.2 Penanggung Jawab.....	128
5.3 Pengukuran Kinerja .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	131

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prediksi Pertumbuhan Belanja Iklan di Indonesia Tahun 2014 – 2019.....	2
Tabel 1.2 Prediksi Pengguna Telepon Pintar di Asia Pasifik Pada Tahun 2014-2019 .....	3
Tabel 1.3 Data Jumlah Mobil Tahun 2010-2014 di Jakarta.....	4
Tabel 1.4 Media Iklan Konvensional dan Non Konvensional .....	6
Tabel 2.1 Definisi Iklan.....	12
Tabel 2.2 Jenis Media Utama Periklanan.....	16
Tabel 2.3 Program yang Digunakan Untuk Membuat <i>Mobile Application</i> .....	18
Tabel 2.4 25 Peringkat Pertama Kategori Mobile Application yang diunduh melalui device android oleh Masyarakat Indonesia .....	19
Tabel 2.5 Definisi Model Bisnis .....	20
Tabel 2.6 Definisi Rencana Bisnis .....	32
Tabel 2.7 Komponen Rencana Bisnis .....	33
Tabel 3.1 Sumber dan Metoda Pengumpulan Data.....	48
Tabel 3.2 Metoda Analisis Deskriptif Berdasarkan Alat, Tujuan dan Kriteria.....	49
Tabel 3.3 Analisis Sensitivitas Dengan Skenario Peningkatan Pendapatan dan Biaya sebesar 5%,10% dan 15% .....	52
Tabel 4.1 Profil Narasumber Observasi .....	67
Tabel 4.2 Jenis GPS Yang Dijual.....	68
Tabel 4.3 Jenis LED Yang Ditawarkan ke Pelanggan .....	72
Tabel 4.4 Jenis Sticker Yang Ditawarkan ke Pelanggan.....	74
Tabel 4.5 Profil Narasumber Yang Diwawancara .....	75
Tabel 4.6 Modal Awal yang Dibutuhkan.....	113
Tabel 4.7 Biaya Operasional yang Dibutuhkan .....	113

Tabel 4.8 Modal Awal dan Biaya Operasional Selama 12 Bulan.....	113
Tabel 4.9 Persentase Setoran Modal Awal .....	113
Tabel 4.10 Proyeksi Pendapatan Dari Pemilik Mobil.....	115
Tabel 4.11 Proyeksi Pendapatan Dari Perusahaan Yang Beriklan. ....	115
Tabel 4.12 Proyeksi Arus Kas Selama 5 Tahun.....	116
Tabel 4.13 Skenario dan Tingkat Pertumbuhan Bisnis.....	116
Tabel 4.14 Pencapaian <i>Net Profit, EBIDTDA</i> dan <i>Cummulative Cash Flow</i>	
Skema Pesimis .....	117
Tabel 4.15 Pencapaian <i>Net Profit, EBIDTDA</i> dan <i>Cummulative Cash Flow</i>	
Skema Normal.....	118
Tabel 4.16 Pencapaian <i>Net Profit, EBIDTDA</i> dan <i>Cummulative Cash Flow</i>	
Skema Optimis .....	119
Tabel 5.1 Perencanaan Kegiatan .....	124
Tabel 5.2 Pengukuran Kinerja Bisnis.....	129

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kanvas Model Bisnis .....	22
Gambar 2.2 Kerangka PESTEL .....	43
Gambar 4.1 Usia Responden.....	55
Gambar 4.2 Profesi Responden.....	56
Gambar 4.3 Pengguna Mobil Responden.....	57
Gambar 4.4 Jarak Tempuh Mobil Responden.....	58
Gambar 4.5 Rencana Mobil Dijual Responden.....	59
Gambar 4.6 Iklan Berjalan Lebih Menarik Dibandingkan Media Cetak.....	60
Gambar 4.7 Kaca Mobil Sebagai Media Iklan Berjalan .....	61
Gambar 4.8 Pembayaran Sesuai Dengan Jumlah Kilometer yang Ditempuh .....	62
Gambar 4.9 Kompensasi Pembayaran Per Kilometer .....	63
Gambar 4.10 Mobil Dipasangkan GPS .....	64
Gambar 4.11 Mobile Application Membantu Dalam Pendaftaran dan Klaim.....	65
Gambar 4.12 Komitmen Untuk Tidak Menjual Mobil Selama Masa Kontrak .....	66
Gambar 4.13 Kesiapan Untuk Mengikuti Pemeriksaan Mobil Secara Berkala .....	66
Gambar 4.14 Kanvas Model Bisnis Multisided .....	86
Gambar 4.15 Tampilan Awal Aplikasi BRUM.....	99
Gambar 4.16 Tampilan Awal Pendaftaran Pemilik Mobil Pribadi .....	100
Gambar 4.17 Tampilan Pendaftaran Pemilik Mobil Pribadi .....	100
Gambar 4.18 Klaim Pembayaran Berdasarkan Jarak Tempuh .....	101
Gambar 4.19 Klaim Pembayaran Yang Diterima Oleh Pemilik Mobil .....	101
Gambar 4.20 Sticker Yang Ditmpel di Kaca Belakang Mobil .....	102
Gambar 4.21 Menu Monitoring Kendaraan di <i>Web Monitoring</i> .....	103

Gambar 4.22 Menu Menampilkan Ulang Rute Mobil di <i>Web Monitoring</i> .....	103
Gambar 4.23 Struktur Organisasi BRUM.....	106
Gambar 4.24 Aktivitas Bisnis Brum .....	109
Gambar 4.25 Cetak Biru Pelayanan Iklan Berjalan .....	111



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Proyeksi Keuangan .....	136
Lampiran 1 Proyeksi Keuangan Skenario Pesimis .....	137
Lampiran 2 Proyeksi Keuangan Skenario Normal.....	138
Lampiran 3 Proyeksi Keuangan Skenario Optimis.....	139
Lampiran 4 Kuesioner Untuk Pemilik Mobil.....	130
Lampiran 5 Pedoman Wawancara Bagi Perusahaan Yang Akan Beriklan.....	145
Lampiran 6 Pedoman Observasi di Perusahaan Penyedia GPS .....	147
Lampiran 7 Pedoman Observasi di Perusahaan Pemasang Sticker .....	148
Lampiran 8 Pedoman Observasi di Perusahaan Periklanan.....	149
Lampiran 9 Transkrip Wawancara.....	150