

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pengesahan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xi</b>
<b>Intisari .....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	14
1.5 Tujuan Penelitian .....	15
1.6 Manfaat Penelitian .....	15
1.7 Lingkup Penelitan .....	16
1.8 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1 Peta Empati .....	18
2.2 Model bisnis .....	19
2.2.1 Segmen Pelanggan .....	24
2.2.2 Proposisi Nilai .....	26
2.2.3 Saluran .....	27
2.2.4 Hubungan pelanggan .....	28
2.2.5 Arus pendapatan .....	29
2.2.6 Sumber Daya Utama .....	30
2.2.7 Aktivitas Kunci .....	30
2.2.8 Kemitraan Utama .....	30
2.2.9 Struktur Biaya .....	32
2.3 Kanvas model bisnis .....	32
2.4 Platform Digital .....	33
2.5 Minimum Viable Product (MVP) .....	36
2.6 Penilaian Kelayakan Bisnis Secara Finansial .....	39
2.6.1 Net Present Value (NPV) .....	40
2.6.2 Internal Rate of Return (IRR) .....	41
2.6.3 Payback Period .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian .....	43
3.2 Unit Analisis .....	43
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	44
3.3.1 Wawancara dengan calon pelanggan potensial .....	45
3.3.2 Wawancara dengan pelaku usaha cuci mobil .....	46
3.3.3 Survei menggunakan kuesioner kepada calon pelanggan potensial .....	46

3.4 Instrumen Penelitian .....	47
3.4.1 Wawancara kepada calon pelanggan potensial .....	47
3.4.2 Wawancara kepada pelaku usaha jasa cuci mobil .....	48
3.4.3 Survei menggunakan kuesioner kepada calon pelanggan potensial .....	49
3.5 Metode Analisis Data .....	58
3.6 Kualitas .....	59
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>61</b>
4.1 Analisis Peta Empati .....	61
4.1.1 Peta empati calon pelanggan potensial .....	62
4.1.2 Peta empati pemilik/pengelola bisnis cuci mobil.....	64
4.2 Validasi Minimum Viable Product (MVP).....	65
4.3.1 Validasi Minimum Viable Product (MVP) – Nara Sumber 1 .....	66
4.3.2 Validasi Minimum Viable Product (MVP) – Nara Sumber 2.....	68
4.3.3 Validasi Peta Empati & MVP melalui kuesioner .....	69
4.3.4 Ringkasan MVP highlight.....	86
4.4 Perancangan Model Bisnis Platform Digital “CARYOU” .....	91
4.4.1 Segmen Pelanggan .....	91
4.4.2 Proposisi Nilai.....	93
4.4.3 Saluran .....	102
4.4.4 Hubungan Pelanggan .....	103
4.4.5 Aliran Pendapatan .....	104
4.4.6 Aktivitas Kunci .....	104
4.4.7 Sumber Daya Utama .....	110
4.4.8 Mitra Kunci .....	111
4.4.9 Struktur Biaya .....	113
4.5 Analisis Kelayakan Finansial .....	117
4.5.1 Skenario moderat (normal) .....	118
4.5.2 Skenario optimis .....	119
4.5.3 Skenario pesimis .....	120
<b>BAB V RENCANA AKSI .....</b>	<b>122</b>
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	122
5.2 Penanggung Jawab Kegiatan .....	122
5.3 Ukuran Kinerja Perusahaan .....	123
5.4 Manajemen Risiko & Strategi Keluar.....	125
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>128</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pengeluaran per Kapita Sebulan untuk Makanan.....	6
Tabel 1.2 Asumsi Dasar Perhitungan Potensi Nilai Ekonomi.....	13
Tabel 1.3 Potensi Nilai Ekonomi Bisnis Cuci Mobil .....	13
Tabel 1.4 Potensi Nilai Ekonomi Sebagai Platform Dalam Bisnis Cuci Mobil .....	13
Tabel 2.1 Bagian Peta Empati .....	19
Tabel 2.2 Kategori, Jenis dan Contoh Platform .....	35
Tabel 3.1 Sumber Data .....	44
Tabel 3.2 Karakteristik Nara Sumber Calon Pelanggan Potensial .....	46
Tabel 3.3 Karakteristik Nara Sumber Pelaku Usaha Jasa Cuci Mobil .....	46
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Survei Menggunakan Kuesioner Calon Pelanggan Potential .....	47
Tabel 3.5 Protokol Wawancara Calon Pelanggan Potensial .....	47
Tabel 3.6 Protokol Wawancara Pelaku Usaha Jasa Cuci Mobil .....	49
Tabel 3.7 Protokol Survei Menggunakan Kuesioner Kepada Calon Pelanggan Potensial .....	50
Tabel 4.1 Profil Nara Sumber 1 – Calon Pelanggan Potensial.....	62
Tabel 4.2 Hasil Peta Empati Nara Sumber 1 – Calon Pelanggan Potensial .....	62
Tabel 4.3 Profil Nara Sumber 2 – Calon Pelanggan Potensial.....	63
Tabel 4.4 Hasil Peta Empati Nara Sumber 2 – Calon Pelanggan Potensial .....	63
Tabel 4.5 Profil Nara Sumber 3 – Pemilik/Pengelola Bisnis Cuci Mobil .....	64
Tabel 4.6 Hasil Peta Empati Nara Sumber 3 – Pelaku Bisnis Cuci Mobil.....	65
Tabel 4.7 Ringkasan Lainnya .....	83
Tabel 4.8 Karakteristik Segmen Pelanggan Pengguna Layanan .....	91
Tabel 4.9 Biaya Investasi Awal “CARYOU” .....	114
Tabel 4.10 Biaya Operasional Tahun Pertama CARYOU .....	115
Tabel 4.11 Asumsi Dasar Perhitungan .....	117
Tabel 4.12 Proyeksi Revenue CARYOU .....	118
Tabel 4.13 Simulasi Cash Flow “CARYOU” – Skenario Moderat (Normal) .....	119
Tabel 4.14 Simulasi Cash Flow “CARYOU” – Skenario Optimis .....	120
Tabel 4.15 Simulasi Cash Flow “CARYOU” – Skenario Pesimis.....	121
Tabel 5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....	122
Tabel 5.2 Posisi & Tanggung Jawab .....	123
Tabel 6.1 Profil Nara Sumber 1 – Calon Pelanggan Potensial.....	130
Tabel 6.2 Pertanyaan, Jawaban & Pertanyaan Lanjutan .....	131
Tabel 6.3 Profil Nara Sumber 2 – Calon Pelanggan Potensial.....	137
Tabel 6.4 Pertanyaan, Jawaban & Pertanyaan Lanjutan .....	138
Tabel 6.5 List 20 responden yang beruntung .....	172
Tabel 6.6 Profil Nara Sumber 3 – Penyedia Jasa Cuci Mobil.....	173

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo CARYOU (Car Care Around You).....	10
Gambar 2.1 Business Model Framework .....	20
Gambar 2.2 Kanvas Model Bisnis.....	32
Gambar 2.3 Model Bisnis Berbasis Pipeline.....	34
Gambar 2.4 Model Bisnis Berbasis Platform .....	35
Gambar 2.5 <i>Build-Measure-Learn Feedback Loop</i> .....	37
Gambar 4.1 MVP Validation Digital Platform “CARYOU” (Nara Sumber 1).....	67
Gambar 4.2 MVP Validation Digital Platform “CARYOU” (Nara Sumber 2).....	68
Gambar 4.3 Karakteristik Responden.....	71
Gambar 4.4 Karakteristik Responden (lanjutan) .....	72
Gambar 4.5 Karakteristik Responden (lanjutan) .....	73
Gambar 4.6 Rata-Rata Biaya Yang Dikeluarkan & Diharapkan.....	75
Gambar 4.7 Layanan <i>Carwash</i> Yang Diketahui & Menjadi Preferensi .....	75
Gambar 4.8 Waktu Yang Diperlukan & Diharapkan .....	76
Gambar 4.9 Pertimbangan Dalam Memilih Layanan.....	76
Gambar 4.10 Preferensi Waktu Mencuci Mobil .....	76
Gambar 4.11 <i>Home-Service Carwash</i> .....	77
Gambar 4.12 Pengalaman Menggunakan <i>Home-Service Carwash</i> .....	78
Gambar 4.13 Keinginan Mencoba <i>Home-Service Carwash</i> .....	79
Gambar 4.14 Faktor Yang Mempengaruhi Untuk Mencoba <i>Home-Service Carwash</i> .....	79
Gambar 4.15 Fitur Yang Menjadi Daya Tarik .....	80
Gambar 4.16 Sumber Informasi Yang Mempengaruhi .....	80
Gambar 4.17 Kekhawatiran.....	81
Gambar 4.18 Keinginan & Harapan.....	82
Gambar 4.19 Ringkasan Lainnya .....	85
Gambar 4.20 <i>MVP Main Journey</i> .....	86
Gambar 4.21 <i>MVP Service Detail</i> .....	86
Gambar 4.22 <i>MVP Order Journey</i> .....	87
Gambar 4.23 <i>MVP Easy Explore Services</i> .....	87
Gambar 4.24 <i>MVP Customer Relationship</i> .....	88
Gambar 4.25 <i>MVP Promotion</i> .....	88
Gambar 4.26 <i>MVP History bookings / transactions</i> .....	89
Gambar 4.27 <i>MVP Service Fullfilment</i> .....	89
Gambar 4.28 <i>MVP Others</i> .....	90
Gambar 4.29 <i>Value Proposition Easy Booking</i> .....	94
Gambar 4.30 <i>Value Proposition Manage Carwash Informations &amp; Services</i> .....	96
Gambar 4.31 <i>Value Proposition Easy Payment</i> .....	99
Gambar 4.32 <i>Value Proposition Easy Communication</i> .....	99
Gambar 4.33 Fitur Kunci Platform Digital “CARYOU” .....	102
Gambar 4.34 Stage dan Strategi Pendanaan.....	111
Gambar 4.35 Business Model Canvas “CARYOU” .....	116
Gambar 5.1 Langkah Menilai Hasil .....	124
Gambar 6.1 Digital Platform “CARYOU” Journey .....	134



Gambar 6.2 Bukti Wawancara Nara Sumber 1 Calon Pelanggan Potensial (1)	136
Gambar 6.3 Bukti Wawancara Nara Sumber 1 Calon Pelanggan Potensial (2)	136
Gambar 6.4 Digital Platform “CARYOU” Journey (2)	142
Gambar 6.5 Bukti Wawancara Nara Sumber 2 Calon Pelanggan Potensial (1)	143
Gambar 6.6 Bukti Wawancara Nara Sumber 2 Calon Pelanggan Potensial (2)	143
Gambar 6.7 Detail Mockup UI Onboarding	144
Gambar 6.8 Detail Mockup UI Sign in, Create Account, Etc	144
Gambar 6.9 Detail Mockup UI Your Location & Notification Access	145
Gambar 6.10 Detail Mockup UI Home Screen	145
Gambar 6.11 Detail Mockup UI Explore Screen	146
Gambar 6.12 Detail Mockup UI Service Detail	146
Gambar 6.13 Detail Mockup UI Demo Video & Gallery	147
Gambar 6.14 Detail Mockup UI Write Review	147
Gambar 6.15 Detail Mockup UI Manage Vehicles, Nooking, Payment, Receipt	148
Gambar 6.16 Detail Mockup UI Bookmark, Remove Bookmark	148
Gambar 6.17 Detail Mockup UI Filter, Search	149
Gambar 6.18 Detail Mockup UI Notification	149
Gambar 6.19 Detail Mockup UI Chat, Call	150
Gambar 6.20 Detail Mockup UI Category	150
Gambar 6.21 Detail Mockup UI Promotion	151
Gambar 6.22 Detail Mockup UI My Booking	151
Gambar 6.23 Detail Mockup UI Track Order	152
Gambar 6.24 Detail Mockup UI Cancel Booking	152
Gambar 6.25 Detail Mockup UI Manage Profile, Etc	153
Gambar 6.26 Tampilan Kuesioner via Typeform	156
Gambar 6.27 Dokumentasi Wawancara Pemilik/Pengelola Cuci Mobil	173



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan nara sumber 1 calon pelanggan potensial.....	130
Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan nara sumber 2 calon pelanggan potensial.....	137
Lampiran 3. Detail mockup/prototype user interface digital platform “CARYOU”.....	144
Lampiran 4. Permohonan partisipasi kuesioner dan tampilan kuesioner berbasis web menggunakan typeform. ....	154
Lampiran 5. List 20 responden yang beruntung.....	172
Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan nara sumber 3, penyedia jasa cuci mobil.....	173