



Daftar Pustaka

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2 Lingkungan Internal	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
2.1 Kewirausahaan	12
2.2 Model Bisnis	14
2.3 Kanvas Model Bisnis	15
2.3.1 Segmen Pelanggan	17
2.3.2 Proposisi Nilai	17
2.3.3 Saluran	18
2.3.4 Hubungan Pelanggan.....	19
2.3.5 Arus Pendapatan.....	19
2.3.6 Sumber Daya Utama.....	20
2.3.7 Aktivitas Kunci	21
2.3.8 Kemitraan Kunci	22
2.3.9 Struktur Biaya	22
2.4 Digitalisasi	23
2.5 Pemasaran Digital	25
2.6 Agensi	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Unit Analisis	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1 Metode Pengumpulan Data Wawancara	33
3.4 Kualitas Penelitian.....	42
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Analisis Data Kualitatif	44



3.5.2	Analisis Data Kuantitatif	45
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		46
4.1	Analisis Calon Pelanggan Potensial melalui Peta Empati	46
4.1.1	UKM yang Belum Pernah Menggunakan Layanan dari Jasa Penyedia Pemasaran Digital	46
4.1.2	UKM yang Sudah Pernah Menggunakan Layanan dari Jasa Penyedia Pemasaran Digital	66
4.2	Analisis Kompetitor	82
4.2.1	ARS Management	82
4.2.2	Loco Motion	85
4.3	Kanvas Model Bisnis Agensi Pemasaran Digital JMB	88
4.3.1	Arus Pendapatan	89
4.3.2	Segmen Pelanggan	90
4.3.3	Proposisi Nilai	92
4.3.4	Saluran	94
4.3.5	Hubungan Pelanggan	95
4.3.6	Sumber Daya Utama	97
4.3.7	Aktivitas Kunci	99
4.3.8	Kemitraan Kunci	101
4.3.9	Struktur Biaya	102
4.4	Analisis Kelayakan Ekonomi	104
BAB V RENCANA AKSI		110
5.1	Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	110
5.2	Penanggung Jawab Kegiatan	115
5.3	Ukuran Kinerja	116
5.4	Mitigasi Risiko	118



Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Pengguna Internet, Jumlah Penduduk Indonesia, dan Tingkat Adopsi Internet.....	1
Tabel 2. 1 Klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	14
Tabel 3. 1 Narasumber Pelaku UKM dalam Pengumpulan Data Wawancara.....	34
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Pelaku UKM yang Belum Pernah Menggunakan Layanan dari Jasa Penyedia Pemasaran Digital.....	36
Tabel 3. 3 Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Pelaku UKM yang Sudah Pernah Menggunakan Layanan dari Jasa Penyedia Pemasaran Digital.....	38
Tabel 3. 4 Narasumber Kompetitor dalam Pengumpulan Data Wawancara.....	40
Tabel 3. 5 Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Kompetitor.....	42
Tabel 4. 1 Kanvas Model bisnis ARS Management.....	82
Tabel 4. 2 Kanvas Model Bisnis Loco Motion.....	85
Tabel 4. 3 Harga Layanan yang Ditawarkan oleh Agensi Pemasaran Digital JMB.....	90
Tabel 4. 4 Biaya Operasional Agensi Pemasaran Digital JMB.....	101
Tabel 4. 5 Estimasi Modal Awal Agensi Pemasaran Digital JMB.....	102
Tabel 4. 6 Rincian Investasi pada Peralatan Produksi Konten.....	102
Tabel 4. 7 Proyeksi Arus Kas dan Laba-Rugi Skenario Optimis.....	104



Tabel 4. 8 Proyeksi Arus Kas dan Laba-Rugi Skenario Normal.....	105
Tabel 4. 9 Proyeksi Arus Kas dan Laba-Rugi Skenario Pesimis.....	106
Tabel 4. 10 Kalkulasi NPV, IRR, dan PP pada Agensi Pemasaran Digital JMB	107
Tabel 5. 1 Rencana Kegiatan Bisnis Agensi Pemasaran Digital JMB.....	108



Daftar Gambar

Gambar 4. 1 Peta Empati dari UKM yang Belum Pernah Menggunakan Jasa Pemasaran Digital.....	65
Gambar 4. 2 UKM yang Sudah Pernah Menggunakan Jasa Pemasaran Digital....	81
Gambar 4. 3 Media Sosial Instagram ARS Management.....	84
Gambar 4. 4 Unggahan Instagram ARS Management.....	84
Gambar 4. 5 Media Sosial Instagram Loco Motion.....	87
Gambar 4. 6 Unggahan Instagram Loco Motion.....	88
Gambar 4. 7 Kanvas Model Bisnis Agensi Pemasaran Digital JMB.....	89