

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	4
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....	9
2.2 Definisi Digital Marketing	10
2.3 Kanvas Model Bisnis	14
BAB III METODA PENELITIAN	12
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Metoda Pengumpulan Data	21
3.4 Metode Analisis Data	22
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	39

4.1 Wawancara.....	23
4.1.1 Wawancara dengan pemilik Larizky Food	23
4.1.2 Wawancara dengan pemilik socialagencybaru.com	24
4.1.3 Wawancara dengan pemilik Jamuisasi.....	26
4.2 Observasi Kompetitor	28
4.3 Profil Perusahaan	30
4.3.1 Visi dan Misi	30
4.3.2 Legalitas Perusahaan.....	30
4.4 Kanvas Model Bisnis	30
4.4.1 Segmen Pelanggan (Customer Segment)	30
4.4.2 Nilai yang Ditawarkan (Value proporsition).....	32
4.4.3 Saluran (Channel).....	33
4.4.4 Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)	34
4.4.5 Arus Pendanaan (Revenue Stream).....	34
4.4.6 Sumber Daya Kunci (Key Resource)	34
4.4.7 Aktivitas Kunci	35
4.4.8 Kemitraan Kunci	35
4.4.9 Struktur Biaya	36
4.5 Analisis Peta Empati	36
4.5.1 Apa Yang Dilihat?.....	36
4.5.2 Apa Yang Didengar?.....	36
4.5.3 Apa Yang Dirasakan Dan Dipikirkan?	37
4.5.4 Apa Yang Dilakukan?	37
4.5.5 Apa Yang Ditakutkan?.....	37
4.5.6 Apa Yang Diharapkan?	37
4.6 Rencana Pemasaran.....	38
4.6.1 Profil Produk	38
4.6.2 Konsumen Potensial.....	47
4.6.3 Strategi Penetapan Harga	48
4.6.4 Rencana Promosi Produk	50
4.7 Rencana Operasional.....	50

4.7.1 Skema Proses Bisnis	50
4.7.2 Kegiatan Utama Dan Pendukung	51
4.8 Rencana Manajemen Sumber Daya Manusia	51
4.8.1 Perencanaan Sumber Daya Manusia	51
4.8.2 Deskripsi Pekerjaan	52
4.9 Rencana Pengembangan	52
4.9.1 Tahap Pengembangan	52
4.9.2 Rencana Pertumbuhan	53
4.10 Rencana Keuangan	53
4.10.1 Investasi Awal	53
4.10.2 Sumber Modal	54
4.10.3 Estimasi Pendapatan	55
4.10.3 Proyeksi Laporan Keuangan	55
4.10.3 Analisis Sensitivitas	55
BAB V RENCANA AKSI	56
5.1 Kegiatan	56
5.2 Penanggung jawab	58
5.3 Ukuran Kinerja	59
5.4 Waktu	59
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria UMKM & Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omset.....	9
Tabel 2.2 Perbedaan Tradisional Marketing dan Digital Marketing	10
Tabel 3.1 Jenis, Tujuan, dan sumber data	34
Tabel 4.1 Deskripsi Pekerjaan di Bring.in Network	52
Tabel 4.2 Rincian Modal Awal	54
Tabel 4.3 Proyeksi Laporan Keuangan Bring.in Network	55
Tabel 4.4 Analisis Sensitifitas Bring.in Network (Normal).....	55
Tabel 4.5 Analisis Sensitifitas Bring.in Network (Pesimis)	55
Tabel 4.6 Analisis Sensitifitas Bring.in Network (Optimis)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Waktu yang Dhabiskan di Media Sosial	2
Gambar 2.1 Perkembangan Usaha Besar dan UMKM tahun 2011-2012	23
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1 Produk Jogja Network Adv	28
Gambar 4.2 Pencapaian Jogja Network Adv	29
Gambar 4.3 Jasa Facebook Ads Jogja Idea	29
Gambar 4.4 Jasa Like Facebook Jogja Idea	29
Gambar 4.5 Alur Proses Bisnis Bring.in Network	45
Gambar 4.6 Rencana Pertumbuhan Bring.in Network.....	45
Gambar 5.1 Gantt-chart Bring.in Network.....	60