



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Pertanyaan Penelitian	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Agensi Digital	6
2.2 Pemasaran Digital	8
2.2.1 Optimasi Mesin Pencari (SEO)	9



2.2.2 Pemasaran Mesin Pencari (SEM).....	10
2.3 Aplikasi Situs Web dan Platform	11
2.4 Model Bisnis	11
2.4.1 Kanvas Model Bisnis	11
2.4.2 Peta Empati	16
2.4.3 Gratis Sebagai Model Bisnis	17
2.5 Rencana Bisnis	18
2.5.1 Tipe Rencana Bisnis	19
2.6 Analisis SWOT	20
2.7 Analisis Porter	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	24
3.3 Instrumen Penelitian	25
3.3.1 Level Analisis	25
3.3.2 Sumber Data	25
3.3.3 Pengumpulan Data	25
3.3.4 Analisis Data	28
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	29
4.1 Ide dan Konsep Bisnis	29
4.1.1 Konsep Bisnis	29
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai.....	30
4.2 Model Bisnis	31



4.2.1 Peta Empati	31
4.2.2 Kanvas Model Bisnis	33
4.2.3 Gratis sebagai Model Bisnis	36
4.3 Rencana Operasional	37
4.3.1 Lokasi	37
4.3.2 Produksi.....	39
4.3.3 Sumber Daya Manusia	39
4.3.4 Pemasok	39
4.3.5 Legalitas	40
4.4 Rencana Sumber Daya Manusia.....	40
4.5 Rencana Pemasaran	42
4.5.1 Target Pasar	42
4.5.2 Bauran Pemasaran	44
4.5.3 Strategi Branding	47
4.5.4 Analisis Bisnis, Pesaing dan Pasar	48
4.5.5 Rencana Penjualan	54
4.6 Rencana Keuangan	55
4.6.1 Proyeksi Laba Rugi	56
4.6.2 Proyeksi Neraca Keuangan	59
4.6.3 Proyeksi Arus Kas	61
4.6.4 Analisis Kelayakan Bisnis.....	62
4.6.5 Analisis Sensitivitas	64
4.7 Strategi Keluar.....	66



BAB V RENCANA DAN AKSI	67
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	67
5.1.1 Tahap Pengembangan	67
5.1.2 Tahap Pemasaran.....	72
5.1.3 Tahap Operasional.....	74
5.2 Penanggung Jawab	74
5.3 Ukuran Kerja	75
DAFTAR PUSTAKA	76



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Proyek yang Diobservasi	26
Tabel 3.2 Daftar Narasumber	27
Tabel 3.3 Daftar Narasumber	27
Tabel 4.1 Daftar Fitur Layanan.....	44
Tabel 4.2 Daftar Harga Layanan.....	46
Tabel 4.3 Perbandingan Kompetitor	51
Tabel 4.4 Proyeksi Penjualan 3 Fase	55
Tabel 4.5 Proyeksi Laba Rugi.....	56
Tabel 4.6 Proyeksi Penjualan Paket <i>Basic</i>	57
Tabel 4.7 Proyeksi Penjualan Paket <i>Bronze</i>	58
Tabel 4.8 Proyeksi Penjualan Paket <i>Silver</i>	58
Tabel 4.9 Proyeksi Penjualan Paket <i>Gold</i>	59
Tabel 4.10 Proyeksi Neraca Keuangan.....	60
Tabel 4.11 Proyeksi Arus Kas	61
Tabel 4.13 Proyeksi Laba Rugi Skenario Optimis	64
Tabel 4.13 Proyeksi Laba Rugi Skenario Pesimis	65
Tabel 4.14 Perbandingan Nilai <i>Payback Period</i> , NPV, IRR	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>9 Building Blocks</i>	12
Gambar 2.2 Peta Empati	17
Gambar 2.3 Analisis SWOT	20
Gambar 2.4 Analisis Porter.....	21
Gambar 4.1 Peta Empati	31
Gambar 4.2 Kanvas Model Bisnis	34
Gambar 4.3 Freemium	36
Gambar 4.4 Gedung dan Unit Kantor Selaju.....	38
Gambar 4.5 Peta Kantor Selaju.....	38
Gambar 4.6 Struktur Organisasi	40
Gambar 4.7 Peta Kantor Selaju.....	43
Gambar 4.8 Logo Selaju	48
Gambar 4.9 Analisis SWOT	49
Gambar 4.10 <i>Five Forces Porter</i>	52
Gambar 5.1 Selaju.com.....	68
Gambar 5.2 Video Pemasaran	68
Gambar 5.3 <i>Pre-launching customer</i> : Narika Kuliner.....	70
Gambar 5.4 <i>Pre-launching customer</i> : Carubanagari	70
Gambar 5.5 <i>Pre-launching customer</i> : Mimi Nomu.....	71
Gambar 5.6 <i>Pre-launching customer</i> : Semesta Anak.....	71
Gambar 5.7 <i>Pre-launching customer</i> : CV Satia Barokah.....	72
Gambar 5.8 <i>Pre-Launching Bazaar</i> di Trisakti Connect	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Flow</i> Proses Observasi	79
Lampiran 2 <i>Flow</i> Proses Wawancara	80
Lampiran 3 Pertanyaan Wawancara	81
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	83