

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.2.1 Jobs to Be Done	3
1.2.2 Customer Pain	4
1.2.3 Customer Gain	5
1.3 Solusi.....	5
1.3.1 Pain Reliever	5
1.3.2 Gain Creator	6
1.3.3 Product (Service) Offered	6
1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
1.4.1 Visi Perusahaan.....	7
1.4.2 Misi Perusahaan	7
EXTERNAL ANALISIS	9
2.1 Kerangka Kerja	9
2.2.1 Politik.....	9
2.2.2 Ekonomi	10
2.2.3 Sosial.....	11
2.2.4 Teknologi	11
2.3 <i>Competitive Forces</i>	12
2.3.1 Threats of New Entrants	13
2.3.1.1 Skala Ekonomi Perusahaan (bobot 0.5 indeks 3)	13
2.3.1.2 Kemudahan Duplikasi Produk (bobot 0.1 index 1)	13
2.3.1.3 Pendanaan Pemain Baru (bobot 0.3 indeks 2)	14
2.3.1.4 Channel Distribusi (bobot 0.3 indeks 2)	14
2.3.2 Bargaining Power of Buyers	15
2.3.2.1 Penetapan Harga Konsumen (Bobot 0.3 Index 2)	15

2.3.2.2	Jumlah Konsumen (bobot 0.5 Index 3).....	15
2.3.2.3	Switching Cost (bobot 0,1 index 1).....	15
2.3.3	Threat of Substitute Products.....	16
2.3.3.1	Harga dan Kualitas (Bobot 0.2 Index 1).....	16
2.3.3.2	Kemudahan (bobot 0,5 index 3).....	16
2.3.4	Bargaining Power of Suppliers.....	17
2.3.4.1	Penetapan Harga Pemasok (bobot 0,2 index 1).....	17
2.3.5	Rivalry Among Existing Firm.....	17
2.3.5.1	Jumlah Pemain (bobot 0.2 indeks 1).....	17
2.3.5.2	Bisnis Growth (bobot 0.3 indeks 2).....	18
2.3.5.3	Diferensiasi Produk (bobot 0.3 indeks 2).....	18
2.3.6	Analisa Porter.....	18
2.4	<i>External Factor Evaluation</i>	20
INTERNAL ANALISIS.....		22
3.1	<i>Framework</i>	22
3.2	Sumber Daya (Resource).....	22
3.2.1	Channel Distribution Produk (R1).....	23
3.2.2	Community Engagement (R2).....	23
3.2.3	Partnership dan Networking (R3).....	23
3.2.4	Venue Mitra Usaha (R4).....	24
3.2.5	Teknologi (R5).....	24
3.2.6	<i>E-Payment</i> (R6).....	26
3.2.7	Pendanaan (R7).....	27
3.3	<i>Capabilities</i>	28
3.3.1	Harga (C1).....	28
3.3.2	Layanan Pelanggan Prima (C2).....	28
3.3.3	Sumber Daya Manusia (C3).....	29
3.3.4	Organisasi Perusahaan (C4).....	30
3.3.5	Inovasi Produk (C5).....	31
3.3.6	Kualitas dan Fitur Aplikasi (C6).....	32
3.4	Penilaian <i>Resource and Capabilities</i>	32
3.5	Internal Faktor.....	34
3.5.1	Kunci Kekuatan.....	34
3.5.2	Kunci Kelemahan.....	35
3.6	Competitive Advantages.....	36
STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN.....		40

4.1	<i>Framework</i>	40
4.2	Penetapan Tujuan Perusahaan.....	41
4.2.1	Tujuan Jangka Pendek	42
4.2.2	Tujuan Jangka Menengah	42
4.2.3	Tujuan Jangka Panjang	43
4.3	The Input Stage	44
4.3.1.	Matriks EFE (External Factor Evaluation)	45
4.3.2.	Matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	46
4.3.3	Competitive Profile Matrix (CPM).....	46
4.4	The Matching Stage	47
4.4.1	Matriks SWOT.....	47
4.5	IE Matrix	49
4.6	Tahapan Pengambilan Keputusan.....	49
4.7	<i>Business Model Canvas</i>	51
4.7.1	<i>Customer Segments</i>	52
4.7.2	<i>Value Propositions</i>	52
4.7.3	<i>Channels</i>	52
4.7.4	<i>Customer Relationship</i>	52
4.7.5	<i>Revenue Streams</i>	53
4.7.6	<i>Key Resources</i>	53
4.7.7	<i>Key Activities</i>	53
4.7.8	<i>Key Partnership</i>	53
4.7.9	Struktur Biaya.....	54
STRATEGI PEMASARAN		55
5.1	Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	55
5.1.1	Tujuan Pemasaran.....	55
5.1.2	Sasaran Pemasaran.....	56
5.2	Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	57
5.2.1	Segmenting	57
5.2.2	Targeting.....	61
5.2.3	Positioning	62
5.3	Marketing Mix (7 P)	63
5.3.1	Produk.....	63
5.3.2	Price	64
5.3.3	<i>Place</i> /Saluran Distribusi	65
5.3.4	Promotion.....	66

5.3.5	<i>People</i>	70
5.3.6	<i>Process</i>	71
5.3.7	<i>Physical Evidence</i>	71
5.4	<i>Sales</i>	72
5.4.1	<i>Sales Marketing Target</i>	72
5.4.2	<i>Marketing Timeline</i>	73
5.4.3	<i>Sales Strategy</i>	75
5.4.4	<i>Marketing Budget</i>	76
5.5	<i>Revenue Stream</i>	77
STRATEGI OPERASIONAL.....		79
6.1	<i>Framework</i>	79
6.2	<i>Tahapan Pendirian Usaha</i>	79
6.3	<i>Tujuan dan Sasaran Operasi</i>	81
6.3.1	<i>Tujuan Operasi</i>	81
6.3.2	<i>Sasaran Operasi</i>	81
6.4	<i>Desain Operasi</i>	82
6.4.1	<i>Desain Produk</i>	83
6.4.1.1	<i>Pemilihan Tempat Olahraga</i>	84
6.4.1.2	<i>Penjualan Produk Merchant</i>	84
6.4.1.3	<i>Tampilan produk</i>	84
6.4.1.3.1	<i>Website</i>	84
6.4.1.3.2	<i>Aplikasi Mobile</i>	85
6.4.2	<i>Layout dan Aliran Aplikasi</i>	88
6.4.3	<i>Teknologi Proses</i>	89
6.4.3.1	<i>Server Aplikasi</i>	90
6.4.3.2	<i>Link Telekomunikasi</i>	90
6.4.3.3	<i>Aplikasi</i>	90
6.5	<i>Pengantaran Operasi</i>	91
6.5.1	<i>Service Blue Print</i>	91
6.5.2	<i>Perencanaan Kontrol Ketersediaan</i>	92
6.5.3	<i>Manajemen kualitas</i>	93
6.6	<i>Anggaran Biaya Operasional</i>	93
PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA (Human Capital Plan)		95
7.1	<i>Framework</i>	95
7.2	<i>Tujuan dan Sasaran Human Capital</i>	96
7.2.1	<i>Tujuan Human Capital</i>	96

7.2.2	Sasaran Human Capital.....	96
7.2	Budaya Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>).....	97
7.2.1	Artefak	98
7.2.1.1	Logo perusahaan	98
7.2.2.2	Seragam perusahaan.....	99
7.2.2.3	Layout Kantor	99
7.3.3	Nilai Perusahaan	99
7.3.4	Asumsi	100
7.4	Struktur Organisasi	100
7.5	Perencanaan Human Capital	102
7.5.1	Perekrutan Pegawai.....	102
7.5.1.1	Online Recruitment	102
7.5.1.2	University Recruitment	103
7.5.1.3	Recommendation.....	103
7.5.1.4	Lomba Hackathon	103
7.5.2	Sistem Seleksi	103
7.5.3	Learning and Development.....	105
7.5.3.1	Pelatih	105
7.5.3.2	Training dan Sertifikasi	106
7.5.4	Sistem Kompensasi	106
7.5.5	Evaluasi Pekerjaan	106
7.5.6	Pemutusan Hubungan Kerja.....	107
7.5.6.1	Retirement.....	107
7.5.6.2	Excommunication	108
FINANCIAL PLAN		111
8.1	Tujuan dan Sasaran Keuangan	111
8.1.1	Tujuan Keuangan	111
8.1.2	Sasaran Keuangan.....	112
8.2	Elemen Perencanaan Keuangan	112
8.2.1	Perencanaan Pendapatan	112
8.2.2	Perencanaan Biaya Terkait.....	112
8.2.3	Perencanaan Investasi	113
8.2.4	Perencanaan Kebutuhan Modal	113
8.3	Proyeksi Keuangan.....	114
8.3.1	Proyeksi Laba Rugi.....	115
8.3.2	Proyeksi Laporan Neraca.....	115

8.3.3	Proyeksi Laporan Arus Kas	116
8.4	Analisa Kelayakan Investasi	116
8.4.1	Return on Investment	116
8.4.2	Net Present Value.....	117
8.4.3	Payback Period.....	117
8.5	Analisis Kinerja Keuangan	118
8.5.1	Rasio Likuiditas	118
8.5.2	Rasio Solvabilitas.....	119
8.5.3	Rasio Aktivitas.....	119
8.5.4	Rasio Profitabilitas	119
	RISK PLAN	120
9.1	Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko	120
9.2	Kerangka Kerja Manajemen Risiko	121
9.2.1	Identifikasi Risiko/Masalah	122
9.2.2	Analisis Risiko dan Dampak	123
9.2.3	Strategi dan Langkah Mitigasi	124
9.3	Biaya Manajemen Risiko	133
	DAFTAR PUSTAKA	134
	LAMPIRAN.....	135