

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBINA STARTUP.....	i
KATA PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR TABEL.....	i
DAFTAR LAMPIRAN.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.2.1. Faktor internal.....	2
1.2.2. Faktor Eksternal	3
1.3. Solusi.....	3
1.3.1. Faktor Internal	3
1.4. Target Pasar.....	4
1.5. Model Bisnis	5
1.5.1. Model B2B (<i>Business-to-Business</i>)	5
1.5.2. Model B2C (<i>Business-to-Customer</i>)	5
1.6. Peta Jalan Startup	5
BAB II PROFIL STARTUP.....	6
2.1. Deskripsi Organisasi.....	6
2.2. Manajemen dan Organisasi	7
2.3. Produk dan Layanan	8
2.3.1. Perencanaan Kedepannya dalam Produk dan Layanan	9
2.4. Branding dan Strategi Pemasaran	10
2.4.1. Branding dan Strategi Pemasaran dengan Melalui Website	10
2.4.2. Branding dan Strategi Pemasaran dengan Melalui Social Media Marketing (Instagram).....	11

2.4.3. Branding dan Strategi Pemasaran dengan Melalui arketplace (Shopee, Tokopedia, Carousell)	11
2.4.4. Perencana Branding dan Strategi Pemasaran Kedepannya	12
BAB III ANALISIS PEKERJAAN	13
3.1. Aktivitas Organisasi	13
3.1.1. Proses Bisnis Umum Startup	13
3.1.2. Analisis Implementasi Bisnis	14
3.1.3. Analisis Risiko dan Tantangan Bisnis	15
3.1.4. Rantai Pasok Startup	15
3.1.5. Kegiatan Inkubasi	18
3.1.6. Analisis Dukungan Teknologi untuk Produk dan Layanan	19
3.1.7. Proses Pendataan Pengadaan Barang	21
3.2. Capaian Organisasi	22
3.2.1. Pitching & Pendanaan (Bukti Dana Dan Juga Report Penjualan Dari Investor)	23
3.2.2. Keuangan (Perhitungan Growth Dan ROI Saja) dan Kenaikan maupun Penurunan	24
3.2.3. Kegiatan Usaha & Portofolio	25
3.2.4. Kerjasama	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Implementasi Operasional dan Bisnis	28
4.1.1. Kecocokan Model Bisnis dan Proses Operasional	28
4.1.2. Identifikasi Kesenjangan dan Peluang Perbaikan	28
4.1.3. Urutan Proses dan Optimalisasi	28
4.1.4. Masalah Proses dan Penanganannya	28
4.2. Implementasi Marketing dan Bisnis	29
4.2.1. Deskripsi Marketing dan Bisnis Organisasi	29
4.2.2. Tantangan dan Hambatan Marketing dan Bisnis	29
4.2.3. Implementasi Penjualan	30
4.2.4. Kesimpulan Implementasi Marketing dan Bisnis	33
4.3. Implementasi Teknologi	33
4.3.1. Deskripsi Layanan Teknologi	34
4.3.2. Tantangan dan Hambatan Implementasi	34
4.3.3. Diagram Implementasi Teknologi	34
4.3.4. Peningkatan Kinerja Teknologi	35
4.3.5. User Interface dan User Experience Website	35
4.3.6. Kesimpulan Implementasi Teknologi	37
BAB V PENUTUP	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44