

**RENCANA BISNIS *STARTUP* TEKNOLOGI  
*MOBILE APPLICATION MARKETING***

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen (S2)**



**ERYK BUDI PRATAMA**

**NIM. 2141001003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Eryk Budi Pratama

NIM : 2141001003

Tanda tangan : 

Tanggal : 16 Januari 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Eryk Budi Pratama  
NIM : 2141001003  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : “Rencana Bisnis *Startup* Teknologi *Mobile Application Marketing*”

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

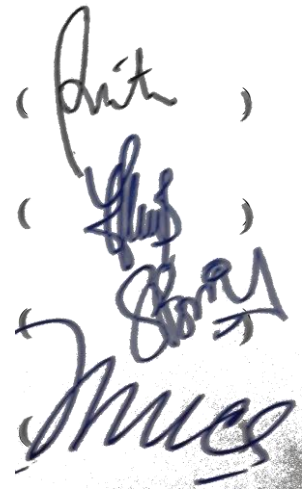
## DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro, MBA

Pembimbing II : Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM

Penguji I : Dr. Siti Rohajawati, S.Kom, M.Kom

Penguji II : Muchsin Saggaff S., M.Sc., MBA, Ph.D



The image shows four handwritten signatures in blue ink, each enclosed in a pair of parentheses. From top to bottom, the signatures correspond to the names listed in the text: Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro, Dr. Lenny Christina Nawangsari, Dr. Siti Rohajawati, and Muchsin Saggaff S., M.Sc., MBA, Ph.D.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Januari 2019

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur yang sedalam-dalamnya kepada Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya-lah naskah proposal tesis ini dapat diselesaikan. Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Mama dan Papa saya yang senantiasa memberikan kasih sayang, nasihat, dukungan semangat, pengorbanan yang tiada tara serta doa yang tidak pernah berhenti mengalir.
2. Calon istri tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat yang tidak pernah berhenti kepada penulis.
3. Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM selaku dosen pembimbing tesis yang banyak memberikan bimbingan dan arahan.
4. Bapak dan Ibu dosen serta staf pengajar Program Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan sumbangsih keilmuannya kepada saya.
5. Rekan-rekan saya, seluruh mahasiswa program Magister Manajemen Universitas Bakrie batch kedua.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat dituliskan.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis berharap mendapatkan kritik dan saran yang dapat berguna untuk membangun demi kesempurnaan tulisan tesis ini.

Jakarta, Januari 2019

Eryk Budi Pratama

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eryk Budi Pratama  
NIM : 2141001003  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Rencanan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **RENCANA BISNIS *STARTUP* TEKNOLOGI *MOBILE APPLICATION MARKETING***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 31 Januari 2019

Yang Menyatakan,



(Eryk Budi Pratama)

# RENCANA BISNIS *STARTUP* TEKNOLOGI *MOBILE APPLICATION MARKETING*

Eryk Budi Pratama

---

## ABSTRAK

Mamobi merupakan perusahaan *startup* di bidang teknologi yang bergerak di bidang pengembangan *platform* aplikasi *mobile* dan *integrated digital marketing solution*. Mamobi, dengan produk Mamodroid berusaha membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM terkait dengan pemasaran bisnis secara *online* atau pemanfaatan kanal digital dalam peningkatan pendapatan bisnis. Penyusunan rencana bisnis ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis aspek pasar, aspek teknis, dan aspek keuangan dalam penyusunan rencana bisnis *startup* teknologi yang memiliki produk berupa *platform* pembuatan *mobile application* secara *online*. Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan validasi triangulasi sumber, didapatkan kebutuhan UMKM atas aplikasi *mobile* untuk meningkatkan akuisisi pelanggan melalui media pemasaran *online*. Menggunakan strategi pemasaran dengan metode *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), *Marketing Mix* 4P, dan model bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC), diketahui bahwa Mamobi memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor, yaitu dengan adanya fitur *analytics* pada produk dan jasa pendukung seperti *copywriting* dan program loyalitas pelanggan. Berdasarkan analisis kelayakan bisnis menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value* (NPV), dan *Internal Rate of Return* (IRR), diketahui bahwa *payback period* adalah 3.26 tahun (di bawah 5 tahun), NPV bernilai positif, dan nilai IRR (28-29%) lebih besar dari MARR (10%), sehingga investasi terhadap rencana bisnis ini dinilai layak.

Kata kunci: aplikasi *mobile*, STP, NPV, IRR, BMC, *marketing mix*, 4P, UMKM

## **BUSINESS PLAN FOR TECHNOLOGY STARTUP IN MOBILE APPLICATION MARKETING**

Eryk Budi Pratama

---

### **ABSTRACT**

*Mamobi is a startup company in the field of technology that is engaged in the development of mobile application platforms and integrated digital marketing solutions. Mamobi, with MamoDroid products help to solve the problems confronted by SMEs related to online business marketing or the use of digital channels in increasing business revenues. The preparation of this business plan aims to analyze the market aspects, technical aspects, and financial aspects in the preparation of a technology startup business plan that has a product in the online platform for mobile application development. Based on qualitative research methods with source triangulation validation, SMEs needs mobile applications to increase customer acquisition through online marketing media. Using the marketing strategy with the Segmentation, Targeting, Positioning (STP) method, 4P Marketing Mix, and business models with Business Model Canvas (BMC), Mamobi has an advantage over competitors with the analytics feature on the product and supporting services such as copywriting and customer loyalty program. Based on business feasibility analysis using the Payback Period method, Net Present Value (NPV), and Internal Rate of Return (IRR), it is concluded that the payback period is 3.26 years (under 5 years), the NPV is positive, and the IRR value (28-29 %) is greater than MARR (10%), so investment in this business plan is considered feasible.*

*Key words: mobile application, STP, NPV, IRR, BMC, marketing mix, 4P, UMKM*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan .....	4
1.3 Manfaat .....	4
1.4 Batasan .....	4
<b>BAB II. DESKRIPSI INDUSTRI DAN LANDASAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 Pasar <i>Smartphone</i> .....	5
2.1.1 Aplikasi <i>Smartphone</i> .....	7
2.1.2 Distribusi Sistem Operasi <i>Smartphone</i> .....	8
2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	10
2.2.1 Pemasaran berbasis Konten.....	11
2.2.1 Pemasaran berbasis <i>Mobile</i> .....	12
2.2.2 <i>Mobile Search Engine Optimization</i> (MSEO) .....	13
2.3 Strategi Pemasaran .....	14
2.3.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP) .....	14
2.3.2 <i>Product, Price, Place, Promotion</i> (4P) .....	15
2.4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	15
2.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	17
2.6 Studi Kelayakan .....	21
2.7 Teknik Triangulasi untuk Validasi Data .....	22
<b>BAB III. DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK .....</b>	<b>24</b>
3.1 Profil Perusahaan .....	24
3.2 Deskripsi Produk.....	25
3.2.1 MamoDroid .....	25
3.2.2 MamoLytics .....	26
3.2.3 MamoSolution .....	26
3.3 Lingkup Aspek Rencana Bisnis .....	26
<b>BAB IV. METODOLOGI .....</b>	<b>28</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	28



4.2	Metode Analisis dan Validasi Data.....	29
4.3	Proses Penyusunan Rencana Bisnis .....	29
4.4	Analisis Kelayakan Rencana Bisnis.....	30
4.5	Instrumen .....	31
<b>BAB V. ANALISIS DATA .....</b>		<b>32</b>
5.1	Analisis Pasar .....	32
5.1.1	Pasar <i>Smartphone</i> dan Aplikasi <i>Mobile</i> (Android) di Indonesia.....	32
5.1.2	Hasil Survei Beberapa UMKM di Indonesia .....	33
5.1.3	Analisis Kompetitor di Indonesia.....	39
5.2	Analisis Operasional .....	41
5.2.1	Kebutuhan Pengembangan Teknis .....	41
5.2.2	Kebutuhan Operasional Teknis .....	43
5.2.3	Kebutuhan Operasional Bisnis .....	44
5.3	Analisis Legal dan Tim Manajemen .....	45
5.4	Analisis Risiko .....	45
5.5	Analisis Proyeksi Keuangan .....	46
5.5.1	Proyeksi Modal Awal (CapEx) .....	46
5.5.2	Proyeksi Biaya Operasional (OpEx) .....	48
5.5.3	Proyeksi Pendapatan ( <i>Best Case</i> ).....	53
5.5.4	Proyeksi Pendapatan ( <i>Worst Case</i> ) .....	55
5.6	Analisis Proyeksi Pembiayaan .....	56
<b>BAB VI. RENCANA BISNIS .....</b>		<b>57</b>
6.1	Gagasan Produk yang Ditawarkan.....	57
6.2	Legal dan Tim Manajemen .....	58
6.3	Strategi Pemasaran dan Persaingan.....	60
6.3.1	<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP) .....	60
6.3.2	<i>Product, Price, Place, Promotion</i> (4P) .....	61
6.3.3	<i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	63
6.4	Strategi Pengoperasian Bisnis .....	66
6.5	Kebutuhan Modal dan Proyeksi Keuangan.....	67
6.6	Strategi Menghadapi Risiko.....	68
6.7	Analisis Kelayakan Bisnis ( <i>Best Case</i> ).....	69
6.8	Analisis Kelayakan Bisnis ( <i>Worst Case</i> ) .....	72
6.9	Validasi Pakar .....	74
<b>BAB VII. KESIMPULAN .....</b>		<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xvii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>xx</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Sektor Ekonomi.....	19
Tabel 2 Hasil wawancara dengan tiga pelaku bisnis UMKM.....	36
Tabel 3 Perbandingan kompetitor di Indonesia .....	40
Tabel 4. Pilhan <i>platform</i> pengembangan sistem .....	42
Tabel 5. Spesifikasi infrastruktur <i>cloud</i> .....	43
Tabel 6. Kebutuhan kemampuan teknis dasar.....	45
Tabel 7. Analisis risiko perusahaan .....	45
Tabel 8 Proyeksi modal awal .....	46
Tabel 9 Proyeksi biaya operasional tahun kedua .....	48
Tabel 10. Proyeksi biaya operasional tahun ketiga.....	49
Tabel 11. Proyeksi biaya operasional tahun keempat .....	51
Tabel 12. Proyeksi biaya operasional tahun kelima.....	52
Tabel 13. Biaya produk dan jasa pelengkap yang ditawarkan .....	53
Tabel 14 Proyeksi jumlah akuisisi pelanggan baru.....	54
Tabel 15. Proyeksi pendapatan lima tahun .....	55
Tabel 16 Proyeksi akuisisi pelanggan baru ( <i>worst case</i> ) .....	56
Tabel 17 Proyeksi pendapatan selama limat tahun ( <i>worst case</i> ).....	56
Tabel 18. Proyeksi pembiayaan .....	56
Tabel 19 Daftar menu dasar aplikasi MamuDroid.....	57
Tabel 20 Daftar fitur aplikasi MamuDroid .....	58
Tabel 21 Deskripsi pekerjaan struktur organisasi .....	59
Tabel 22 Strategi promosi yang akan dilakukan perusahaan.....	62
Tabel 23 Rangkuman kebutuhan modal.....	67
Tabel 24 Rangkuman proyeksi pendapatan .....	68
Tabel 25 Strategi menghadapi risiko .....	68
Tabel 26 Proyeksi rugi laba .....	69
Tabel 27 Proyeksi <i>cash flow</i> .....	70
Tabel 28 Analisis Perhitungan Payback Period .....	70
Tabel 29 Analisis perhitungan NPV .....	71
Tabel 30 Perhitungan IRR untuk DF 28% .....	71

Tabel 31 Perhitungan IRR untuk DF 29% .....	71
Tabel 32 Proyeksi Rugi Laba ( <i>Worst Case</i> ).....	72
Tabel 33 Proyeksi <i>cash flow</i> ( <i>worst case</i> ).....	72
Tabel 34 Analisis Perhitungan Payback Period ( <i>worst case</i> ) .....	73
Tabel 35 Analisis perhitungan NPV ( <i>worst case</i> ).....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Prediksi pertumbuhan pasar aplikasi <i>mobile</i> untuk tiga area .....	1
Gambar 2. Pangsa pasar <i>smartphone</i> secara global .....	5
Gambar 3. Penetrasi <i>smartphone</i> di beberapa negara .....	6
Gambar 4. Jumlah aplikasi <i>smartphone</i> yang dimiliki pengguna .....	7
Gambar 5. Penggunaan rata-rata aplikasi (menit) dalam sehari .....	8
Gambar 6. Pangsa pasar sistem operasi <i>smartphone</i> .....	9
Gambar 7. Perbandingan pangsa pasar <i>smartphone</i> 2016-2022 .....	9
Gambar 8. Area yang penting untuk perusahaan terkait dengan pemasaran .....	10
Gambar 9 Business Model Canvas (BMC).....	16
Gambar 10. Perkembangan usaha besar dan UMKM.....	18
Gambar 11. Arsitektur Sistem MamoDroid .....	42
Gambar 12 Rancangan desain awal ( <i>prototype</i> ) MamoDroid.....	58
Gambar 13 Struktur organisasi perusahaan .....	59