

**Dokumen Perencanaan Bisnis**

**AnalyZis**



**Karir sukses dimulai dari skill yang tepat**

**Kelompok: 06**

**11421002| Mahes Richmen M.P**

**11421005| Kristopeles Heykel Tambunan**

**11421006| Samuel Emeraldo Simangunsong**

**11421009| Atalya Roulina Saragih**

**11421023| Santa Romauli Lumbantobing 11421026| Angel Stephanie** **AnalyZis JL. Kampung Utan no.36, Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12550**

# DAFTAR ISI

[DAFTAR ISI 2](#_Toc81451)

[RINGKASAN EKSEKUTIF 4](#_Toc81452)

[1. DESKRIPSI USAHA 5](#_Toc81453)

[1.1. IDENTITAS PERUSAHAAN 5](#_Toc81454)

[1.2. LOKASI USAHA 5](#_Toc81455)

[1.3. PERNYATAAN MISI 5](#_Toc81456)

[1.4. FILOSOFI DAN VISI PERUSAHAAN 5](#_Toc81457)

[1.5. TUJUAN PERUSAHAAN 6](#_Toc81458)

[1.6. JENIS USAHA 6](#_Toc81459)

[1.7. KEUNTUNGAN DARI MENJALANKAN USAHA....................................................................................................................6](#_Toc81460)

[1.8. PERKEMBANGAN USAHA SAAT INI 6](#_Toc81461)

[2. PRODUK DAN LAYANAN 6](#_Toc81462)

[2.1. PRODUK DAN LAYANAN PERUSAHAAN 6](#_Toc81463)

2.2. MASALAH YANG DIPECAHKAN OLEH PRODUK.................................................................................................................7 2.3. MANFAAT, FITUR, PROPOSISI UNIK PRODUK.................................................................................................................. 7 2.4. PENENTUAN HARGA PRODUK...........................................................................................................................................7

**3.** **STRATEGI PEMASARAN............................................................................................................................................7**

### 3.1. SEGMENTASI PASAR, TARGET PASAR DAN POSITIONING.................................................................................................7

3.1.1 SEGMENTASI PASAR..........................................................................................................................................................8 3.1.2 TARGET PASAR.................................................................................................................................................................8 3.1.3 POSITIONING.....................................................................................................................................................................8

### 3.2. IDENTIFIKASI SEGMEN PELANGGAN................................................................................................................................. 9 3.3. STRATEGI PENGELOLAAN PENGALAMAN PELANGGAN..................................................................................................... 9

3.3.1 Acquisition (Akuisisi)........................................................................................................................................9 3.3.2 Activation (Aktivasi)..........................................................................................................................................9 3.3.3 Retention (Retensi)............................................................................................................................................9 3.3.4 Revenue (Pendapatan)......................................................................................................................................9 3.3.5 Referral (Rujukan)........................................................................................................................................... 10

3.4. BUSINESS MODEL CANVAS............................................................................................................................................ 10

1. **ANALISIS PERSAINGAN..........................................................................................................................................12**
   1. KONDISI PERSAINGAN....................................................................................................................................................12 4.2. KEUNGGULAN KOMPETITIF............................................................................................................................................12
2. **RENCANA OPERASIONAL DAN MANAJEMEN.............................................................................................................12**
   1. FASILITAS....................................................................................................................................................................... 12 5.2. PROSES PRODUKSI......................................................................................................................................................... 12 5.3. PENGENDALIAN PERSEDIAAN.........................................................................................................................................12 5.4. PENGEMBANGAN PRODUK..............................................................................................................................................12

5.5. TIM MANAJEMEN...........................................................................................................................................................13 5.6. PERSONALIA...................................................................................................................................................................13

1. **RENCANA KEUANGAN............................................................................................................................................13**

### 6.1. RINGKASAN KEBUTUHAN DANA....................................................................................................................................13

6.1.1 Sumber Dana, Rencana Penilaian dan Pembayaran..........................................................................13

6.1.2 Proyeksi Pendapatan untuk Tiga Tahun.................................................................................................13

### 6.2. PERNYATAAN KINERJA AKTUAL.....................................................................................................................................13

6.2.1 Pernyataan Rugi Laba.....................................................................................................................................14

6.2.2 Riwayat Keuangan Usaha..............................................................................................................................14

**7.** **KESIMPULAN........................................................................................................................................................14**

**LAMPIRAN.....................................................................................................................................................................14**

# RINGKASAN EKSEKUTIF

Ringkasan Eksekutif adalah bagian terpenting dari sebuah rencana bisnis. Seringkali Ringkasan Eksekutif adalah satu-satunya bagian yang dibaca oleh calon investor atau pemberi pinjaman sebelum memutuskan apakah akan membaca sisa rencana Anda atau tidak. Bagian ini harus menunjukkan antusiasme Anda terhadap ide bisnis Anda dan membuat pembaca juga tertarik dengan ide tersebut. **Ringkasan Eksekutif dituliskan TERAKHIR, setelah menyelesaikan seluruh isi rencana bisnis**, jadi Anda sudah memikirkan seluruh elemen bisnis Anda dan merangkumnya di Ringkasan Eksekutif. Ringkasan Eksekutif harus menjelaskan secara singkat masing-masing hal di bawah ini,

seleruhnya **dituliskan dalam bentuk beberapa paragraf** **dalam satu atau dua**

**halaman secara total.**

* Konsep dan ide bisnis Anda.
* Misi perusahaan yang ingin dicapai atau diwujudkan.
* Deskripsi produk (barang atau jasa) Anda. Masalah apa yang Anda pecahkan untuk target pelanggan Anda?
* Sasaran bisnis Anda. Di mana Anda mengharapkan bisnis ini berada dalam satu tahun, tiga tahun, lima tahun?
* Target pasar yang Anda usulkan. Siapa pelanggan ideal Anda?
* Persaingan Anda dan apa yang membedakan bisnis Anda. Siapa yang Anda hadapi, dan proposisi penjualan unik apa yang akan membantu Anda sukses?
* Strategi pemasaran yang dilakukan untuk mencapai target pasar dan sasaran bisnis, untuk menghasilkan keuntungan.
* Tim manajemen Anda dan pengalaman mereka sebelumnya. Apa yang mereka hadirkan yang akan memberikan keunggulan kompetitif pada bisnis Anda?
* Prospek keuangan untuk bisnis. Jika Anda menggunakan rencana bisnis untuk tujuan pembiayaan, jelaskan dengan tepat berapa banyak uang yang Anda inginkan, bagaimana Anda akan menggunakannya, dan bagaimana hal itu akan membuat bisnis Anda lebih menguntungkan.

# 1. Deskripsi Usaha

## 1.1. Identitas Perusahaan

|  |  |
| --- | --- |
| Nama Perusahaan | : PT ZIRA Tech (Zis Role & Analytics Technology) |
| Nama Produk | : AnalyZis |
| Lokasi Usaha | : Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. |
| Badan Hukum | : PT (Perseroan Terbatas) |
| Pemilik Perusahaan | : Atalya Saragih |

## 1.2. Lokasi Usaha

Usaha ini berlokasi di Cilandak, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Lokasi ini merupakan kawasan strategis, mudah dijangkau dan memiliki aksesibilitas yang baik. Kawasan ini didukung dengan transportasi umum, seperti Transjakarta Rute 6, dan angkutan kota lainnya. Selain itu, Ragunan berada di dekat kawasan bisnis, kementrian, dan perkantoran yang dapat meningkatkan peluang kerjasama perusahaan, menawarkan target bisnis yang luas, dan memiliki keberadaan institusi pendidikan serta pusat pelatihan yang kompeten untuk mendukung operasional usaha.

## 1.3. Pernyataan Misi

AnalyZis berkomitmen untuk menyediakan wawasan berbasis data yang akurat dan mendalam guna mengidentifikasi tren keterampilan (skill) serta peran pekerjaan (role) yang paling diminati diindustri teknologi digital. Melalui analisis data dari berbagai sumber industri, kami membantu individu dan perusahaan memahami perubahan tren pasar kerja serta mengambil keputusan yang lebih tepat dalam pengembangan keterampilan dan strategi rekrutmen.

Dibandingkan dengan platform analisis tren konvensional, AnalyZis tidak hanya memberikan informasi tentang keterampilan yang paling dicari, tetapi juga membantu pengguna dalam mengakses sumber daya pengembangan diri yang relevan. Melalui integrasi dengan berbagai platform pelatihan dan kursus online, kami memudahkan individu dalam memperoleh keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri. Dengan pendekatan ini, para profesional dapat meningkatkan daya saing mereka berdasarkan tren keterampilan yang berkembang, sementara perusahaan dapat mengoptimalkan strategi perekrutan dan pengembangan talenta mereka secara lebih efektif. Kami berkomitmen untuk menjadi mitra utama bagi individu, institusi pendidikan, dan perusahaan dalam memahami dinamika keterampilan yang terus berubah serta mendukung pengembangan tenaga kerja yang siap menghadapi tantangan industri di masa depan.

## 1.4. Filosofi dan Visi Perusahaan

* **Filosofi Perusahaan**

Kami percaya bahwa dunia kerja terus berubah seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan pasar. Akses terhadap data yang akurat dan relevan adalah kunci bagi individu serta perusahaan untuk dapat beradaptasi dan berkembang. Dengan memanfaatkan teknologi modern dan analisis berbasis data, kami berkomitmen untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang tren keterampilan dan peran pekerjaan yang dibutuhkan, agar setiap orang dapat meraih kesuksesan di era digital yang dinamis.

* **Visi Perusahaan**

Menjadi platform analisis tren keterampilan dan peran pekerjaan berbasis data yang terpercaya, yang membantu individu dan organisasi untuk mengambil keputusan strategis guna beradaptasi dengan dinamika dunia kerja dan memastikan kesiapan tenaga kerja yang relevan dengan kebutuhan industri masa depan.

## 1.5. Tujuan Perusahaan

Perusahaan AnalyZis bertujuan untuk mengidentifikasi keterampilan yang paling dibutuhkan dalam industri teknologi informasi (IT) dan menyediakan solusi berbasis data yang membantu individu meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja. Untuk mencapai tujuan ini, kami melakukan penelitian pasar guna memetakan keterampilan yang paling dicari oleh perusahaan, mengembangkan platform digital yang menyediakan analisis tren keterampilan secara real-time, serta membangun kemitraan strategis dengan institusi pendidikan dan perusahaan teknologi. Sebagai bagian dari strategi pengembangan, kami juga mengintegrasikan layanan pelatihan ke dalam platform AnalyZis, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses kursus dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan industri. Melalui fitur ini, individu dapat memperoleh keterampilan yang relevan dengan tren pasar kerja, sementara perusahaan dapat mengidentifikasi program pelatihan yang sesuai untuk pengembangan tenaga kerja mereka.

Keberhasilan kami akan diukur melalui publikasi laporan tren keterampilan IT yang relevan, peluncuran platform yang dapat diakses oleh berbagai kalangan pengguna, peningkatan jumlah individu yang mengembangkan keterampilan melalui platform kami, serta perluasan kemitraan dengan institusi pendidikan dan penyedia pelatihan. Dalam jangka panjang, kami berkomitmen untuk menjadi sumber utama informasi tren keterampilan IT, memfasilitasi akses pengguna ke pelatihan berkualitas melalui integrasi dengan berbagai platform kursus online, serta memperluas jangkauan platform kami ke tingkat nasional dan internasional. Kami juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna dan memperluas cakupan wilayah agar platform ini memberikan manfaat yang lebih besar bagi pencari kerja dan industri. Dengan strategi ini, kami berharap dapat membangun ekosistem IT yang lebih kuat, membantu individu memperoleh keterampilan yang dibutuhkan oleh industri, dan memperluas peluang kerja sesuai dengan kebutuhan pasar.

## 1.6. Jenis Usaha

Jenis usaha yang dijalankan oleh perusahaan ini termasuk dalam usaha jasa, karena fokus utama bisnis adalah menyediakan layanan analisis data terkait tren keterampilan dan peran pekerjaan di pasar tenaga kerja.

Rincian Jenis Usaha

1. Usaha Jasa
   * Perusahaan menawarkan layanan berbasis teknologi untuk menganalisis tren keterampilan dan peran pekerjaan yang populer

di berbagai situs pencarian kerja. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA) untuk mengidentifikasi tema keterampilan yang sedang berkembang di industri teknologi digital. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan wawasan yang lebih akurat dan relevan bagi individu maupun perusahaan.

* + Layanan utama meliputi:

**○** Analisis tren keterampilan yang paling dibutuhkan di pasar kerja.

**○** Pemantauan peran pekerjaan yang paling diminati dan berkembang.

**○** Rekomendasi berbasis data untuk individu dalam meningkatkan keterampilan mereka.

**○** *Insight* bagi lembaga pendidikan dalam menyusun kurikulum pembelajaran agar sesuai dengan kebutuhan industri.

1. Potensi Kombinasi dengan Usaha Dagang & Produksi
   1. Dagang: Dalam jangka panjang, perusahaan dapat menjual produk digital, seperti laporan analisis pasar tenaga kerja, *dashboard* interaktif, atau layanan premium berbayar untuk akses data eksklusif.
   2. Produksi: Perusahaan memproduksi sistem perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan oleh perusahaan atau institusi untuk melakukan analisis tenaga kerja secara mandiri.

## 1.7. Keuntungan Dari Menjalankan Usaha

AnalyZis memiliki keunggulan utama dalam menyediakan wawasan berbasis data mengenai tren keterampilan dan peran pekerjaan yang sedang diminati di industri. Platform ini membantu individu memahami keterampilan yang paling relevan dengan kebutuhan pasar kerja serta memberikan panduan bagi institusi pendidikan dalam menyusun kurikulum yang sesuai dengan tuntutan industri. Keunggulan AnalyZis dibandingkan platform pembelajaran online tradisional seperti LinkedIn Learning, Coursera, atau Udemy terletak pada pendekatannya yang lebih terarah dan berbasis kebutuhan pasar. Jika platform lain berfokus pada penyediaan kursus dan sertifikasi secara umum, AnalyZis mengintegrasikan analisis tren keterampilan dengan rekomendasi pelatihan yang spesifik berdasarkan kebutuhan industri saat ini.

Dengan demikian, pengguna tidak hanya mendapatkan akses ke materi pembelajaran, tetapi juga informasi terkini tentang keterampilan yang sedang banyak dibutuhkan di dunia kerja. Selain itu, AnalyZis memungkinkan pengguna untuk terhubung langsung dengan kursus dan pelatihan yang paling relevan melalui integrasi dengan berbagai platform pendidikan. Hal ini memastikan bahwa individu tidak hanya memperoleh teori, tetapi juga pelatihan yang sesuai dengan tren industri terbaru, meningkatkan efektivitas pengembangan keterampilan mereka. Dengan informasi yang akurat dan terstruktur, pengguna dapat mengetahui keterampilan yang sedang banyak dicari serta bagaimana mereka dapat mengembangkan kompetensi sesuai dengan tren industri.

Platform ini juga menawarkan fitur diskusi dan kolaborasi antar pengguna, memungkinkan individu berbagi wawasan serta pengalaman terkait pengembangan keterampilan dan tren industri. Dengan pendekatan ini, AnalyZis tidak hanya membantu individu meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja, tetapi juga mendukung perusahaan dan institusi pendidikan dalam menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan kebutuhan industri.

## 1.8. Perkembangan Usaha Saat Ini

AnalyZis saat ini telah memasuki tahap awal pengembangan, dengan fokus utama pada riset pasar dan perancangan platform digital yang akan memberikan solusi konkret bagi pengguna. Tim telah mengumpulkan serta menganalisis data tren keterampilan IT untuk lebih memahami kebutuhan industri dan menyesuaikan layanan yang akan disediakan agar lebih relevan dan efektif. Pengembangan platform digital juga terus berlangsung, dengan beberapa fitur utama yang sedang dikembangkan, seperti akses ke informasi tren keterampilan terkini, integrasi kursus pelatihan online, forum diskusi, serta sistem pencocokan pekerjaan berbasis keterampilan yang terus diperbarui. Fitur integrasi kursus online ini akan memungkinkan pengguna untuk langsung terhubung dengan program pelatihan yang sesuai dengan keterampilan yang sedang diminati di industri, memastikan bahwa mereka tidak hanya mengetahui tren, tetapi juga memiliki akses mudah ke pelatihan yang relevan.

Dalam jangka panjang, fitur ini akan menjadi bagian dari layanan utama AnalyZis, membantu individu dalam meningkatkan keterampilan secara lebih efektif. Strategi kemitraan dengan institusi pendidikan, perusahaan teknologi, dan komunitas profesional juga tengah dikembangkan, bertujuan untuk memastikan bahwa keterampilan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan industri, sekaligus memperluas jangkauan layanan kepada lebih banyak pengguna. Dalam beberapa bulan mendatang, tim berencana untuk meluncurkan versi awal platform guna menjangkau pengguna pertama dan mengumpulkan umpan balik yang akan digunakan untuk penyempurnaan lebih lanjut. Selain itu, program pelatihan dan sertifikasi juga akan diuji coba dengan kelompok peserta awal untuk memastikan efektivitas dan relevansinya. Setelah itu, audiens yang lebih luas akan mulai dijangkau. Tim juga akan menyusun strategi pemasaran digital yang terintegrasi, serta membangun kemitraan lebih lanjut dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kesadaran tentang manfaat platform ini bagi pencari kerja maupun perusahaan. Dengan pendekatan berbasis data dan pemanfaatan teknologi, usaha ini terus berkembang untuk memberikan solusi yang tidak hanya membantu individu meningkatkan keterampilan, tetapi juga mendukung perusahaan dalam menemukan bakat terbaik yang sesuai dengan kebutuhan industri yang semakin dinamis.

# 2. Produk dan Layanan

## 2.1. Produk dan Layanan Perusahaan

PT ZIRA Tech melalui produk AnalyZis menawarkan layanan berbasis data yang memberikan wawasan mendalam mengenai tren keterampilan dan peran pekerjaan di industri teknologi digital. Saat ini, perusahaan berada pada tahap awal pengembangan dengan fokus pada riset pasar dan perancangan platform digital yang inovatif. Platform ini dirancang untuk menyediakan informasi tentang keterampilan yang paling dibutuhkan di industri, pemantauan tren pekerjaan, serta rekomendasi berbasis data untuk membantu individu dan perusahaan meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

AnalyZis mengolah data dari berbagai sumber untuk menghasilkan insight yang akurat dan relevan. Sebagai dukungan bagi pengembangan individu, *platform* ini menawarkan rekomendasi yang dipersonalisasi guna meningkatkan keterampilan sesuai dengan kebutuhan pasar kerja. Selain itu, AnalyZis menyediakan integrasi dengan kursus online dan pelatihan berbasis industri untuk membantu pengguna memperoleh keterampilan yang sesuai dengan tuntutan industri. Untuk perusahaan, platform ini menyajikan laporan tren keterampilan, *dashboard* interaktif untuk memantau perkembangan tren keterampilan dan pekerjaan, serta insight strategis yang membantu dalam perencanaan tenaga kerja. Kami telah menjalin kemitraan dengan berbagai institusi pendidikan dan perusahaan teknologi untuk memperluas jangkauan layanan kami. Beberapa pencapaian penting dalam pengembangan usaha ini meliputi kerja sama dengan platform pembelajaran online untuk menyediakan akses langsung ke kursus yang relevan, integrasi dengan sistem rekrutmen perusahaan, dan pengembangan fitur tambahan yang mendukung perencanaan karir individu dan perusahaan.

Dengan pencapaian yang telah diraih, kami semakin optimis untuk membangun ekosistem IT yang berbasis data yang lebih kuat. Melalui layanan yang kami tawarkan, kami bertujuan membantu individu memperoleh keterampilan yang paling dibutuhkan di industri dan memberikan dukungan strategis kepada perusahaan dalam menyusun rencana tenaga kerja yang lebih efektif.

### 2.2. Masalah yang Dipecahkan Oleh Produk

Dalam industri teknologi informasi (IT), banyak individu menghadapi tantangan dalam menentukan keterampilan yang paling dibutuhkan oleh perusahaan. Perubahan tren yang cepat dalam dunia kerja menyebabkan pencari kerja sering merasa tertinggal dan kurang siap menghadapi persaingan. Banyak dari mereka kesulitan mendapatkan informasi yang akurat dan terkini mengenai keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri. Di sisi lain, perusahaan juga menghadapi kesulitan dalam menemukan kandidat yang memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga proses rekrutmen menjadi lebih kompleks dan kurang efisien.

Perusahaan hadir sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan ini dengan menyediakan layanan berbasis data yang mampu menganalisis tren keterampilan dan peran pekerjaan yang sedang populer di pasar tenaga kerja. Melalui pendekatan berbasis data, kami mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis informasi dari berbagai sumber untuk memberikan insight yang lebih mendalam bagi individu yang ingin meningkatkan daya saing mereka, serta bagi perusahaan yang mencari kandidat dengan keterampilan yang relevan.

Produk AnalyZis menawarkan berbagai layanan utama yang dirancang untuk membantu individu dan perusahaan dalam memahami tren pasar tenaga kerja:

1. Analisis Tren Keterampilan: Layanan ini mengidentifikasi dan menganalisis keterampilan IT yang paling dicari oleh perusahaan, berdasarkan data real-time yang diperoleh dari berbagai platform pencarian kerja. Informasi ini membantu individu menentukan keterampilan yang perlu mereka pelajari dan tingkatkan agar lebih kompetitif di pasar kerja.
2. Pemantauan Peran Pekerjaan: Perusahaan terus memantau perkembangan tren pekerjaan di industri teknologi digital dan memberikan rekomendasi berbasis data tentang peran-peran yang sedang berkembang pesat. Dengan informasi ini, individu dapat lebih siap menghadapi perubahan industri, sementara perusahaan dapat menyesuaikan strategi rekrutmen mereka dengan lebih mudah.
3. Rekomendasi Berbasis Data: Berdasarkan hasil analisis yang kami lakukan, kami memberikan rekomendasi personalisasi bagi individu untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja. Rekomendasi ini mencakup keterampilan yang perlu dipelajari, kursus atau pelatihan yang relevan, serta jalur karier dengan prospek yang cerah.
4. Insight bagi Lembaga Pendidikan: Perusahaan juga menyediakan data yang membantu lembaga pendidikan dalam menyusun kurikulum agar lebih relevan dengan kebutuhan industri. Dengan memahami tren keterampilan dan perubahan dalam dunia kerja, lembaga pendidikan dapat menyiapkan lulusan dengan kemampuan yang dibutuhkan di dunia industri, sehingga mereka dapat lebih bersaing dan memiliki keunggulan tersendiri.

### 2.3. Manfaat, Fitur, Proposisi Unik Produk

**Manfaat bagi Customer (Individu dan Lembaga Pendidikan):**

1. Meningkatkan Peluang Kerja: Produk ini memberikan rekomendasi keterampilan yang sejalan dengan tren industri terkini, meningkatkan peluang kerja bagi individu.
2. Efisiensi Waktu dan Biaya: Membantu pengguna menghemat waktu dan biaya dengan memfokuskan pelatihan pada keterampilan yang langsung berdampak pada kemajuan karir dan pengembangan kompetensi.
3. Akses ke Forum Diskusi: Menyediakan forum diskusi yang memungkinkan pengguna untuk berdiskusi mengenai tren keterampilan terbaru dan peran yang dicari oleh industri.

**Fitur Utama:**

* Analisis Tren Keterampilan dan Peran Pekerjaan: Layanan ini memantau keterampilan dan peran pekerjaan yang sedang populer di industri IT, memberikan gambaran jelas tentang dinamika pasar tenaga kerja.
* Rekomendasi Keterampilan yang Disesuaikan: Memberikan rekomendasi kursus atau pelatihan yang disesuaikan dengan profil dan tujuan karir masing-masing pengguna, membantu mereka memilih jalur karir yang paling tepat.
* Sistem Pencocokan Pekerjaan: Menghubungkan kandidat dengan lowongan pekerjaan yang relevan berdasarkan keterampilan yang dimiliki, mempermudah pencarian posisi yang sesuai dengan keahlian pengguna.
* Laporan & Dashboard: Menyediakan visualisasi data yang komprehensif mengenai tren industri dan perkembangan keterampilan, memberikan wawasan yang berguna untuk perencanaan karir maupun pengembangan program pendidikan.
* Kemitraan Pelatihan: Melalui kemitraan dengan penyedia layanan pelatihan, produk ini menawarkan akses ke program sertifikasi dan pelatihan yang diakui oleh industri, dengan link pengalihan ke mitra pelatihan tersebut.

**Proposisi Unik Produk:**

1. Kombinasi Teknologi dan Analisis Mendalam: Memanfaatkan pendekatan berbasis data untuk menghasilkan wawasan yang lebih mendalam dan aplikatif bagi pengguna dan perusahaan.
2. *Dual-Target Audience*: Fokus pada segmen *Fresh Graduate*, Mahasiswa dan Pelajar, Pencari Kerja di bidang IT, serta Lembaga Pendidikan menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan, di mana individu dapat memperoleh panduan peningkatan keterampilan dan lembaga pendidikan dapat menyusun materi pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan industri.
3. Kemitraan Strategis: Kolaborasi dengan berbagai institusi pendidikan dan mitra teknologi mendukung penyediaan pelatihan dan sertifikasi yang telah diakui di industri, meningkatkan kualitas sumber daya manusia di sektor IT.

### 2.4. Penentuan Harga Produk

PT ZIRA Tech menghadirkan AnalyZis sebagai platform pengembangan keterampilan berbasis data dengan model harga yang fleksibel dan kompetitif. Produk ini menawarkan sistem pembelian berbasis paket, di mana pengguna dapat memilih dan membeli kursus sesuai dengan kebutuhan mereka. Harga setiap paket kursus bervariasi tergantung pada tingkat kesulitan, cakupan materi, serta sertifikasi yang diberikan setelah menyelesaikan pelatihan. Saat ini, biaya kursus pelatihan dimulai dari Rp 150.000 per paket, dengan opsi kursus lanjutan yang memiliki harga lebih tinggi berdasarkan kompleksitas materi yang disajikan. Selain itu, PT ZIRA Tech juga bekerja sama dengan institusi pendidikan dan penyedia pelatihan untuk menyediakan akses ke kursus bersertifikasi yang lebih mendalam. Paket kursus ini mencakup modul pembelajaran interaktif, akses ke forum diskusi, serta materi tambahan yang dapat membantu pengguna dalam meningkatkan keterampilan sesuai dengan kebutuhan industri.

Untuk mempermudah transaksi, AnalyZis menyediakan berbagai metode pembayaran digital, termasuk *e-wallet* seperti OVO, GoPay, DANA, dan ShopeePay, serta *m-banking* melalui layanan perbankan digital seperti BCA Mobile, Livin’ by Mandiri, dan BRImo. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan pembayaran melalui virtual account dan kartu kredit atau debit yang mendukung Visa dan Mastercard. Dengan model harga ini, PT ZIRA Tech bertujuan untuk memberikan akses yang lebih luas bagi individu yang ingin meningkatkan keterampilan mereka di bidang teknologi, sekaligus memastikan bahwa setiap pengguna mendapatkan pengalaman belajar yang optimal sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.

**3. Strategi Pemasaran**

### 3.1. Segmentasi Pasar, Target Pasar dan Positioning

Dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, penting untuk memahami dengan jelas siapa target pengguna dan bagaimana produk diposisikan di pasar. Platform AnalyZis hadir sebagai solusi berbasis data yang membantu individu dan institusi dalam menganalisis tren keterampilan serta peran pekerjaan yang sedang berkembang. Untuk memastikan bahwa layanan yang ditawarkan dapat menjangkau pengguna yang tepat, diperlukan analisis segmentasi pasar, identifikasi target utama, serta penentuan posisi produk di antara kompetitor. Dengan pendekatan ini, AnalyZis dapat memberikan nilai tambah yang maksimal bagi pengguna serta membangun keunggulan kompetitif di industri teknologi digital.

#### 3.1.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar AnalyZis diklasifikasikan berdasarkan empat kriteria utama untuk menjangkau target pengguna secara efektif:

* Demografis: Produk ini menyasar individu berusia 18-35 tahun, termasuk mahasiswa, fresh graduate, serta profesional muda di bidang IT yang ingin meningkatkan keterampilan mereka. Selain itu, lembaga pendidikan juga menjadi bagian dari segmen ini untuk membantu mahasiswa meningkatkan kompetensi IT mereka agar lebih siap memasuki dunia kerja.
* Geografis: Fokus utama pasar AnalyZis berada di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan Medan, yang memiliki ekosistem digital berkembang dan permintaan tinggi akan tenaga kerja berbasis teknologi.
* Psikografis: Produk ini menarik bagi individu yang memiliki minat tinggi terhadap teknologi, inovasi digital, serta pengembangan keterampilan di bidang IT. Selain itu, lembaga pendidikan yang ingin memperbarui kurikulum agar relevan dengan kebutuhan industri juga termasuk dalam target pasar.
* Perilaku: Pengguna utama AnalyZis adalah mereka yang aktif menggunakan platform pembelajaran online serta pencari kerja di sektor IT yang ingin meningkatkan keterampilan agar lebih siap bersaing di dunia kerja. Mereka cenderung mencari solusi yang berbasis data untuk memahami tren industri dan mengoptimalkan peluang kerja.

#### 3.1.2 Target Pasar

Target pasar AnalyZis dipilih berdasarkan profitabilitas, ukuran, dan potensi pertumbuhan yang dapat mendukung keberlanjutan serta perkembangan bisnis. Dengan semakin tingginya permintaan akan wawasan berbasis data dalam pengambilan keputusan, AnalyZis menargetkan kelompok pengguna yang memiliki kebutuhan tinggi terhadap informasi tren keterampilan dan peran pekerjaan. Berdasarkan analisis segmentasi pasar, AnalyZis menargetkan dua kelompok utama pengguna: individu dan institusi.

1. Individu
   1. Mahasiswa dan Fresh Graduate: Mereka yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja dan membutuhkan wawasan tentang keterampilan yang sedang diminati di industri. AnalyZis membantu mereka dalam memahami tren keterampilan, mengarahkan ke pelatihan yang relevan, serta meningkatkan daya saing di pasar kerja.
   2. Profesional Muda di Bidang Teknologi: Pekerja yang ingin mengembangkan keterampilan dan mengikuti perkembangan tren teknologi agar tetap relevan serta memiliki daya saing tinggi dalam industri digital.
   3. Pencari Kerja di Sektor IT: Individu yang ingin meningkatkan keterampilan mereka sesuai dengan permintaan industri, sehingga lebih mudah mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka.
2. Institusi dan Organisasi
   1. Lembaga Pendidikan dan Universitas: Institusi yang ingin

menyesuaikan kurikulum mereka agar lebih relevan dengan tren industri teknologi dan kebutuhan pasar tenaga kerja. AnalyZis dapat digunakan sebagai referensi dalam menyusun kurikulum berbasis data yang lebih adaptif.

* 1. Perusahaan Teknologi dan Startup: Organisasi yang ingin memahami tren keterampilan terkini untuk menyusun strategi rekrutmen serta program pelatihan karyawan yang lebih efektif. Dengan wawasan berbasis data dari AnalyZis, perusahaan dapat lebih tepat dalam mencari talenta yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan menargetkan individu yang ingin meningkatkan keterampilan mereka serta institusi yang berperan dalam pengembangan tenaga kerja, AnalyZis berupaya menjadi platform yang memberikan solusi strategis bagi penggunanya dalam menghadapi perkembangan dunia kerja berbasis teknologi.

#### 3.1.3 Positioning

AnalyZis merupakan platform berbasis data yang menganalisis tren keterampilan dan peran pekerjaan di industri teknologi digital. Platform ini dirancang untuk membantu individu mengidentifikasi keterampilan yang paling dibutuhkan di pasar kerja dan memberikan rekomendasi personal untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan teknologi canggih yang diterapkan, AnalyZis mampu memberikan wawasan berbasis data yang lebih mendalam dibandingkan platform pembelajaran online atau situs pencari kerja konvensional yang hanya menyediakan kursus atau lowongan tanpa analisis komprehensif. Selain itu, platform ini menawarkan sistem pencocokan pekerjaan yang memungkinkan pengguna menemukan lowongan yang sesuai dengan keahlian mereka. Kemitraan dengan institusi pendidikan juga menjadi salah satu keunggulan AnalyZis, di mana platform ini membantu institusi dalam menyesuaikan kurikulum mereka agar selaras dengan kebutuhan industri.

AnalyZis tidak hanya mendukung individu dalam pengembangan keterampilan,

tetapi juga berkontribusi dalam memastikan lulusan lebih siap menghadapi persaingan dunia kerja. Untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran, AnalyZis mengadopsi strategi pemasaran yang mencakup beberapa tahapan penting. Kesadaran merek dibangun melalui kampanye media sosial, webinar, dan kerja sama dengan komunitas IT serta institusi pendidikan. Selanjutnya, calon pengguna diberikan kesempatan untuk mengevaluasi manfaat platform melalui studi kasus dan demo interaktif. Proses onboarding dirancang agar pengguna dapat memahami cara memanfaatkan fitur-fitur utama secara maksimal. Tidak hanya itu, layanan *after-sales* diterapkan untuk meningkatkan retensi pengguna melalui forum diskusi, survei kepuasan, serta program rekomendasi pengguna. Dengan pendekatan ini, AnalyZis diposisikan sebagai solusi strategis bagi individu dan institusi dalam menghadapi perubahan tren keterampilan di era digital. Melalui analisis berbasis data, rekomendasi pelatihan yang terpersonalisasi, serta pencocokan kerja yang akurat, AnalyZis menjadi lebih dari sekadar platform edukasi, platform ini menjadi mitra yang dapat diandalkan dalam pengembangan karier dan pengambilan keputusan berbasis data.

### 3.2. Identifikasi Segmen Pelanggan

Identifikasi segmen pelanggan adalah langkah penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Proses ini melibatkan pengelompokan pelanggan potensial berdasarkan karakteristik yang relevan, seperti demografi, geografi, dan perilaku. Dengan memahami segmen pelanggan secara mendalam, AnalyZis dapat menyusun produk atau layanan yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan pasar yang dituju. Pengetahuan yang mendalam tentang segmen ini juga memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih akurat dan meningkatkan daya tarik serta kepuasan pelanggan.

Adapun target pelanggan utama AnalyZis mencakup berbagai segmen berdasarkan beberapa faktor berikut:

1. Demografi:
   1. Usia: Rentang usia utama target pelanggan adalah 18-35 tahun, mencakup mahasiswa, fresh graduate, serta profesional muda yang ingin meningkatkan keterampilan mereka di bidang teknologi informasi (IT).
   2. Gender: Layanan ini terbuka untuk semua gender, dengan fokus pada individu yang tertarik mengembangkan keterampilan IT mereka.
   3. Pendidikan: Menargetkan individu dengan latar belakang pendidikan teknologi, sains, bisnis, dan teknik, baik mahasiswa, lulusan baru, maupun profesional yang ingin melakukan reskilling atau upskilling.
2. Geografi:
   1. Menargetkan pengguna di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Medan, dan kota lain yang menjadi pusat pertumbuhan industri teknologi digital.
   2. Dalam jangka panjang, platform ini juga berpotensi berekspansi ke pasar Asia Tenggara untuk menjangkau lebih banyak individu yang membutuhkan layanan analisis tren keterampilan.
3. Bidang Pekerjaan:
   1. *Fresh graduate* dan mahasiswa: Mereka yang sedang mencari pekerjaan pertama atau ingin mempersiapkan diri dengan keterampilan yang sesuai dengan tren industri.
   2. Pekerja profesional di industri IT: Individu yang ingin meningkatkan keterampilan mereka sesuai dengan kebutuhan industri yang terus berkembang.
   3. Pekerja yang ingin beralih karir ke IT: Orang-orang dari latar belakang berbeda yang ingin beradaptasi dengan tren digital dan memasuki dunia kerja berbasis teknologi.
   4. Lembaga pendidikan: Institusi yang ingin memperbarui kurikulum mereka agar sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.

Dengan segmen pelanggan ini, AnalyZis bertujuan untuk memberikan wawasan berbasis data yang akurat, membantu individu memilih jalur keterampilan yang paling relevan, dan mendukung perusahaan dalam menemukan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

### 3.3. Channel

Dalam mendukung aksesibilitas dan pengalaman pengguna yang optimal, AnalyZis menggunakan Web dan Mobile Platform sebagai channel utama dalam penyampaian layanan. Website resmi menjadi pusat utama bagi pengguna untuk mengakses analisis tren keterampilan, artikel industri, serta fitur pencarian keterampilan yang sedang berkembang. Aplikasi *mobile* dirancang untuk memberikan fleksibilitas lebih bagi para profesional dalam memperoleh insight tren keterampilan secara *real-time*, kapan saja dan di mana saja. Penggunaan channel ini disesuaikan dengan kebutuhan target pengguna, nilai yang ditawarkan, serta efektivitas dalam penyebaran layanan. Untuk memastikan optimalisasi implementasi channel, strategi yang diterapkan mencakup lima tahap utama dalam interaksi pengguna dengan platform, yaitu *Awareness*, *Evaluation*, *Purchase*, *Delivery*, dan *After Sales*.

#### 3.3.1 Awareness

Tahap pertama dalam fase Channel yaitu *Awareness*, AnalyZis

mengimplementasikan strategi berikut untuk meningkatkan kesadaran, visibilitas dan menarik perhatian *customer* di berbagai Social Media:

1. Menggunakan *platform* seperti LinkedIn, Instagram, dan Twitter/X untuk menyebarkan konten informatif tentang tren keterampilan IT, tips pengembangan karir, dan testimoni dari kesuksesan pengguna.
2. Konten berupa infografis, video pendek, dan artikel pendek yang mudah dipahami oleh target pasar seperti mahasiswa, *fresh graduate*, dan profesional IT.

#### 3.3.2 Evaluation

Tahap *Evaluation* bertujuan untuk membantu calon pengguna dalam menilai manfaat layanan yang disediakan sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan *platform* AnalyZis. Dalam tahap ini, beberapa strategi diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *platform*, antara lain:

1. Studi Kasus dan Testimoni Pengguna

Menampilkan pengalaman nyata dari individu maupun perusahaan yang telah menggunakan AnalyZis sebagai referensi. Studi kasus ini memberikan gambaran konkret mengenai manfaat yang diperoleh, sehingga calon pengguna dapat menilai efektivitas platform berdasarkan pengalaman orang lain.

1. Demonstrasi Fitur Melalui Webinar dan Tutorial Interaktif

Sesi webinar dan tutorial interaktif diselenggarakan untuk memperkenalkan fitur-fitur utama AnalyZis secara lebih mendalam. Dengan pendekatan ini, calon pengguna dapat melihat langsung cara kerja *platform* serta memahami bagaimana layanan ini dapat mendukung kebutuhan mereka dalam mengikuti tren keterampilan di sektor teknologi.

Dengan strategi-strategi ini, tahap evaluasi diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai keunggulan dan manfaat AnalyZis, sehingga pengguna dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi sebelum menggunakan *platform* secara penuh.

#### 3.3.3 Purchase

Tahap *Purchase* merupakan fase di mana pengguna memutuskan untuk berlangganan atau menggunakan layanan AnalyZis secara penuh setelah melalui proses evaluasi. Untuk memastikan pengalaman pembelian yang mudah dan efisien, beberapa strategi diterapkan dalam tahap ini:

1. Proses Pendaftaran dan Berlangganan yang Intuitif

*Platform* AnalyZis menyediakan jalur pendaftaran yang sederhana dan *user-friendly*, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat akun serta memilih paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

1. Pilihan Metode Pembayaran yang Fleksibel

Untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, AnalyZis mendukung berbagai metode pembayaran, seperti transfer bank, *e-wallet*, kartu kredit, serta sistem pembayaran digital lainnya. Hal ini memastikan bahwa setiap pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan mudah.

1. Penawaran Paket Berlangganan yang Beragam

Pengguna diberikan pilihan paket berlangganan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, baik untuk individu, tim, maupun perusahaan. Dengan adanya berbagai opsi ini, pengguna dapat memilih layanan yang paling sesuai dengan tujuan dan skala penggunaan mereka.

1. Promosi dan Penawaran Khusus

Untuk menarik lebih banyak pengguna, AnalyZis menyediakan promosi berkala, seperti diskon untuk pengguna baru, paket langganan tahunan dengan harga lebih hemat, atau akses premium gratis dalam jangka waktu tertentu.

Melalui strategi-strategi ini, tahap pembelian menjadi lebih terstruktur dan nyaman bagi pengguna, sehingga mereka dapat dengan mudah mendapatkan akses penuh ke layanan AnalyZis tanpa kendala yang berarti.

#### 3.3.4 Delivery

Tahap *Delivery* berfokus pada bagaimana AnalyZis menyampaikan layanan kepada pengguna setelah mereka melakukan pembelian. Penyampaian layanan yang efektif memastikan bahwa pengguna dapat langsung memanfaatkan *platform* dengan optimal. Beberapa strategi utama yang diterapkan dalam tahap ini meliputi:

1. Akses Instan ke Platform

Setelah melakukan pembelian, pengguna akan mendapatkan akses langsung ke seluruh fitur AnalyZis sesuai dengan paket yang dipilih. Hal ini mencakup akses ke analisis tren keterampilan, pencarian data pekerjaan, serta fitur rekomendasi.

1. Sistem Notifikasi dan Pengingat

Untuk memastikan pengguna mendapatkan informasi terbaru, sistem akan mengirimkan notifikasi berkala terkait tren keterampilan terkini, *update* fitur, serta rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi mereka.

1. Dukungan Pengguna dan Dokumentasi Lengkap

AnalyZis menyediakan pusat bantuan yang mencakup dokumentasi lengkap, tutorial, serta FAQ agar pengguna dapat memahami cara menggunakan platform dengan maksimal. Selain itu, tersedia layanan dukungan pelanggan melalui chat, email, atau tiket bantuan untuk menangani pertanyaan dan kendala yang dihadapi pengguna.

1. *Onboarding* dan Panduan Interaktif

Bagi pengguna baru, sistem *onboarding* akan memandu mereka melalui fitur utama platform melalui tutorial interaktif. Hal ini bertujuan untuk mempercepat pemahaman mereka terhadap manfaat dan penggunaan AnalyZis.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, tahap *Delivery* memastikan bahwa layanan AnalyZis dapat diakses dengan mudah, memberikan pengalaman pengguna yang optimal, serta membantu pengguna dalam memaksimalkan manfaat dari *platform*.

#### 3.3.5 After Sales

Tahap *After Sales* berfokus pada dukungan dan pemeliharaan layanan setelah pengguna mulai menggunakan AnalyZis. Layanan *after sales* bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna, memperpanjang retensi pelanggan, serta memastikan *platform* terus memberikan nilai tambah yang relevan. Beberapa strategi utama yang diterapkan dalam tahap ini meliputi:

* Dukungan Teknis dan Customer Support

AnalyZis menyediakan layanan bantuan melalui berbagai kanal, seperti email, guna menangani kendala teknis atau pertanyaan pengguna secara responsif.

* Pembaruan dan Pengembangan Fitur

Secara berkala, AnalyZis akan menghadirkan pembaruan fitur berdasarkan kebutuhan industri dan masukan pengguna. Informasi mengenai *update* ini akan disampaikan melalui email, notifikasi dalam aplikasi, dan media sosial.

* Evaluasi dan Survei Kepuasan Pengguna

Untuk meningkatkan layanan, AnalyZis mengadakan survei kepuasan pengguna secara berkala. Masukan yang diperoleh akan dijadikan dasar dalam penyempurnaan fitur serta perbaikan pengalaman pengguna.

* Program Loyalitas dan Retensi Pengguna

Untuk meningkatkan retensi pengguna, *platform* dapat menyediakan program loyalitas, seperti diskon untuk pembelian *course*.

* Forum Diskusi

Pengguna akan didorong untuk bergabung dalam komunitas AnalyZis, di mana mereka dapat berdiskusi, berbagi pengalaman, serta mendapatkan wawasan baru mengenai tren keterampilan dan industri.

Melalui strategi After Sales ini, AnalyZis tidak hanya memastikan pengguna mendapatkan pengalaman terbaik setelah pembelian, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap *platform*.

### 3.4. Strategi Pengelolaan Pengalaman Pelanggan

Strategi pengelolaan pengalaman pelanggan adalah pendekatan yang diterapkan perusahaan untuk menciptakan, meningkatkan, dan mempertahankan hubungan yang positif dengan pelanggan sepanjang perjalanan interaksi mereka dengan produk atau layanan. Tujuan utama dari strategi ini adalah memastikan bahwa setiap pelanggan merasakan pengalaman yang memuaskan, merasa dihargai, dan terhubung secara emosional dengan merek yang mereka pilih.

Untuk memastikan pengalaman pelanggan yang optimal, AnalyZis mengadaptasi dua elemen utama dari *Business Model Canvas*, yaitu *Channels* (Saluran) dan *Customer Relationships* (Hubungan dengan Pelanggan). Kedua elemen ini saling mendukung dalam memberikan pengalaman pelanggan yang tidak hanya memenuhi ekspektasi, tetapi juga melebihi harapan mereka di setiap tahapan perjalanan penggunaannya.

1. *Channels* (Saluran):
   1. *Awareness* (Kesadaran): Meningkatkan kesadaran pelanggan tentang platform melalui berbagai saluran media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan Twitter/X, dengan konten edukatif yang menarik, seperti infografis, video pendek, serta artikel tentang tren keterampilan IT terbaru.
   2. *Evaluation* (Evaluasi): Memberikan informasi yang cukup melalui testimoni pengguna, studi kasus, dan sesi webinar yang interaktif. Hal ini bertujuan untuk membantu calon pelanggan mengevaluasi manfaat platform secara mendalam sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan layanan.
   3. *Purchase* (Pembelian): Menyederhanakan proses pendaftaran dan transaksi dengan menyediakan opsi pembayaran fleksibel, seperti *transfer* bank, *e-wallet,* dan kartu kredit, untuk memberikan kemudahan dalam tahap pembelian.
   4. *Delivery* (Pengiriman): Memberikan akses langsung dan instan ke fitur utama *platform* setelah pelanggan melakukan pembelian, dilengkapi dengan notifikasi terkait tren keterampilan yang relevan dan dukungan teknis yang siap sedia melalui pusat bantuan.
   5. *After Sales* (Layanan Purna Jual): Setelah transaksi selesai, after sales menjadi kunci dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini meliputi forum diskusi yang aktif, dukungan teknis berkelanjutan, serta survei kepuasan pelanggan yang memberikan wawasan untuk terus meningkatkan layanan.
2. *Customer Relationships* (Hubungan dengan Pelanggan):
   * 1. *Acquisition* (Akuisisi): Strategi pemasaran digital yang melibatkan kampanye di berbagai platform media sosial dan kerja sama dengan institusi pendidikan untuk menjangkau lebih banyak pengguna. Program referensi pelanggan juga digalakkan untuk menarik pengguna baru.
     2. *Activation* (Aktivasi): Memberikan pengalaman onboarding yang mulus dengan tutorial interaktif dan uji coba fitur platform yang memudahkan calon pelanggan dalam memahami cara penggunaan platform. Selain itu, sesi konsultasi online memberikan sentuhan personal untuk setiap pengguna.
     3. *Retention* (Retensi): Strategi retensi difokuskan pada personalisasi rekomendasi keterampilan bagi pengguna dan menyediakan akses ke komunitas pengguna yang saling mendukung. Program loyalitas juga dirancang untuk meningkatkan keterikatan pengguna terhadap platform.
     4. *Referral* (Rujukan): Menawarkan insentif menarik bagi pengguna yang berhasil mengajak teman atau kolega untuk bergabung dengan platform, serta menjalin kolaborasi dengan mitra industri untuk memperluas jaringan referral.

AnalyZis berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang optimal di setiap tahap interaksi dengan platform, memastikan bahwa pelanggan tidak hanya mendapatkan layanan yang mereka harapkan, tetapi juga merasakan nilai lebih yang meningkatkan keterikatan dan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

#### 3.4.1 Acquisition (Akuisisi)

Akuisisi pelanggan untuk platform AnalyZis dilakukan melalui berbagai strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat calon pelanggan. Beberapa pendekatan yang digunakan untuk memperoleh pelanggan baru antara lain: (1) Digital Marketing dengan melakukan kampanye iklan di berbagai platform media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kampanye ini difokuskan pada penyampaian informasi yang relevan mengenai layanan dan manfaat AnalyZis. (2) Webinar dan menyelenggarakan *event* seminar online dengan pakar industri serta acara lainnya untuk memberikan wawasan langsung tentang tren keterampilan dan bagaimana AnalyZis dapat membantu. Akuisi ini juga berfungsi sebagai sarana untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan. (3) *Partnership* dengan Lembaga Pendidikan: Membangun kemitraan dengan universitas dan institusi pelatihan untuk memperkenalkan platform AnalyZis kepada mahasiswa dan profesional yang ingin meningkatkan keterampilan mereka. Kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas serta memperluas jangkauan pasar.

#### 3.4.2 Activation (Aktivasi)

Strategi aktivasi untuk calon pelanggan bertujuan untuk mendorong mereka agar dapat berinteraksi langsung dengan produk dan merasakan manfaatnya secara nyata. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah memberikan rekomendasi pembelajaran yang dipersonalisasi berdasarkan hasil asesmen pengguna. Hal ini memungkinkan calon pelanggan untuk mengetahui jalur keterampilan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. AnalyZis juga menyediakan modul pembelajaran sampel yang dapat dicoba langsung, memberikan kesempatan bagi pengguna untuk merasakan pengalaman belajar secara praktis sebelum memutuskan untuk melanjutkan ke kursus penuh. Untuk meningkatkan pemahaman tentang fitur-fitur unggulan *platform*, disediakan video pendek yang mendemonstrasikan cara penggunaan platform secara efektif. Pengguna juga diberikan akses terbatas ke forum diskusi, yang memungkinkan mereka untuk merasakan interaksi dan berbagi pengalaman dengan pengguna lainnya. Pendekatan ini memastikan calon pelanggan dapat merasakan nilai produk secara langsung, yang mendorong mereka untuk melanjutkan penggunaan *platform*.

#### 3.4.3 Retention (Retensi)

Strategi retensi bertujuan untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan tingkat keterlibatan dengan *platform*. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah memberikan rekomendasi personal yang disesuaikan dengan profil pengguna, guna membantu mereka mengembangkan keterampilan yang paling relevan dengan tujuan karir mereka. Sistem notifikasi juga digunakan untuk mengingatkan pengguna tentang tren keterampilan terkini serta lowongan pekerjaan yang relevan, memastikan bahwa pengguna tetap terhubung dengan peluang yang sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki. Selain itu, platform menyediakan forum diskusi yang memungkinkan pengguna untuk bertukar pengalaman, berbagi pengetahuan, dan memperluas jaringan profesional mereka. Pendekatan-pendekatan ini dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan serta mendorong loyalitas terhadap *platform*.

#### 3.4.4 Revenue (Pendapatan)

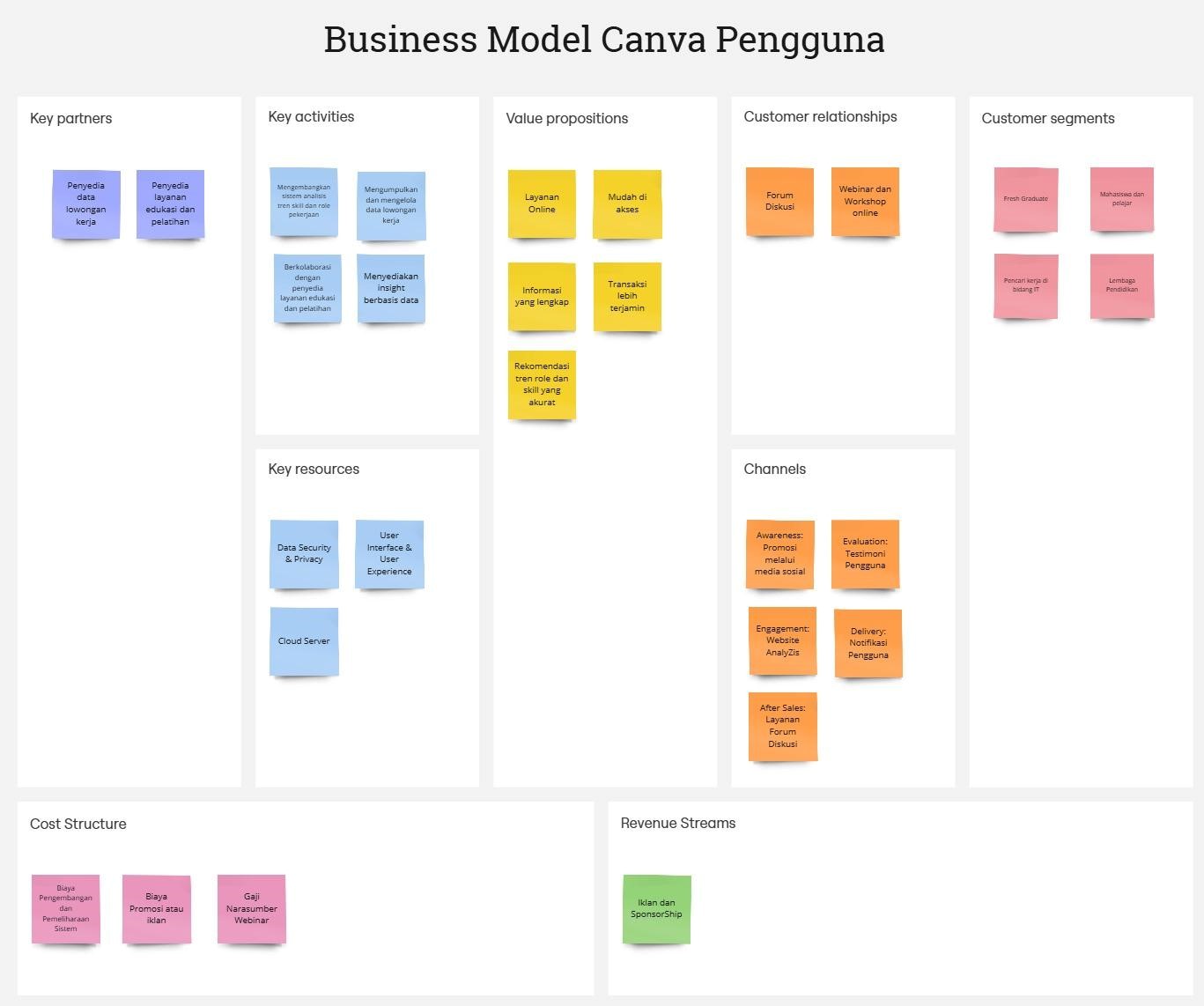
Strategi utama untuk memperoleh pendapatan dari produk ini adalah melalui sistem komisi, di mana platform akan mendapatkan komisi sebesar 10–15% dari setiap pembelian kursus mitra yang dilakukan melalui platform. Selain itu, sumber pendapatan tambahan dapat diperoleh melalui model iklan Pay-per-Click (PPC), di mana pengiklan membayar berdasarkan jumlah klik yang diterima iklan mereka yang ditampilkan di platform. Dengan kombinasi kedua strategi ini, platform tidak hanya dapat memonetisasi transaksi langsung dari kursus yang terjual, tetapi juga memanfaatkan lalu lintas pengguna untuk menghasilkan pendapatan tambahan melalui iklan yang relevan dengan target audiens.

#### 3.4.5 Referral (Rujukan)

Strategi rujukan bertujuan untuk mendorong pengguna agar merekomendasikan produk kepada orang lain. Salah satu cara yang diterapkan adalah melalui Program Afiliasi, di mana insentif diberikan kepada pengguna yang berhasil mengajak orang lain bergabung dengan platform. Selain itu, terdapat Diskon untuk Referral, di mana pengguna yang berhasil mengajak orang lain untuk mendaftar dapat menikmati diskon pada kursus pelatihan yang tersedia. Untuk memperkuat kepercayaan dan meningkatkan minat calon pengguna, platform juga menampilkan Testimoni & Success Story, yang berisi kisah sukses pengguna yang telah berhasil meningkatkan kariernya berkat platform ini. Pendekatan ini bertujuan untuk memperluas jaringan pengguna melalui rekomendasi yang berbasis pada pengalaman positif yang telah diperoleh.

### 3.5. Business Model Canvas

Pengembangan Bisnis Pemasaran system AnalyZis digambarkan menggunakan *Business Model Canvas* Yang dapat dilihat pada Gambar 1.



#### Gambar 1. Bisnis Model Canvas Pengguna

Pada *Business Model Canvas* Pengguna, *Customer Segment*  yang potensial adalah *Fresh Graduate*, Mahasiswa & Pelajar, para pencari pekerjaan di bidang IT dan Lembaga Pendidikan. Adapun  *Value Proposition* yang ditawarkan kepada pengguna (*customer*) adalah Layanan Online, mudah diakses, informasi yang lengkap, transaksi lebih terjamin dan informasi rekomendasi *trend role* dan skill yang akurat. Dalam menjaga hubungan dengan pengguna, bisnis ini akan menjalankan layanan forum diskusi yang berguna membantu *customer* untuk mendapatkan informasi dan solusi dari pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi. Diharapkan melalui *Customer Service*  ini dapat meningkatkan layanan kepada pengguna yang menggunakan *website* ini. Selain *Customer Service,* testimonial pengguna dan penjagaan data pengguna juga menjadi cara untuk menjaga hubungan dengan pengguna (*customer*).

Produk yang ditawarkan dalam bisnis ini adalah Penyediaan Data Lowongan Kerja dan layanan edukasi dan pelatihan.Bisnis ini berfokus pada identifikasi dan prediksi tren skill serta peran pekerjaan yang sedang populer maupun yang akan diminati di masa mendatang. Untuk meningkatkan *Awareness* pelanggan terhadap bisnis ini, maka dilakukan promosi melalui media sosial. Untuk proses *Evaluation* dan *Purchase* akan dilakukan melalui Website AnalyZis. *Evaluation*  berupa *review* dari testimoni pengguna yang telah mengakses sistem website AnalyZis. *After Sales* dilakukan dalam bentuk forum diskusi dengan pengguna, proses ini dilakukan melalui website AnalyZis.

Dalam bisnis ini,  *Key Activities* yang digunakan adalah mengembangkan sistem analisis tren skill dan pekerjaan, serta mengumpulkan dan mengolah data lowongan kerja dari pihak ketiga, dan berkolaborasi dengan penyedia layanan edukasi dan pelatihan, bisnis ini juga akan menyediakan Insight berbasis data.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***8. KEY PARTNERS***   * Penyedia data lowongan kerja * Penyedia layanan edukasi dan pelatihan | ***7. KEY ACTIVITIES***   * Mengembangkan   sistem analisis tren skill dan role pekerjaan   * Mengumpulkan dan mengelola data lowongan kerja * Berkolaborasi dengan penyedia layanan edukasi dan pelatihan * Menyediakan insight berbasis data | ***2. VALUE PREPOSITION*** ● Layanan online   * Mudah di akses * Informasi trend skill yang lengkap * Transaksi harga lebih terjamin * Rekomendasi trend role dan skill yang akurat | ***4. CUSTOMER***  ***RELATIONSHIP***   * Forum Diskusi * Webinar dan Workshop online | ***1. CUSTOMER***  ***SEGMENT***   * Fresh Graduate * Mahasiswa dan pelajar * Pencari kerja di bidang IT * Lembaga   pendidikan |
| ***6. KEY RESOURCES***   * Data security dan privacy * User interface dan user experience * Cloud Server | ***3. CHANNEL***   * Awareness: Promosi melalui media sosial * Evaluation: Testimoni Pengguna * Engagement: Website AnalyZis * Delivery: Notifikasi Pengguna |

1. *Business Plan - PT ZIRA Tech (Zis Role & Analytics Technology).*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | | ●After Sales: Layanan Forum Diskusi |  |
| ***9. COST STRUCTURE***   * Biaya pengembangan dan pemeliharaan sistem * Biaya promosi atau iklan * Gaji narasumber webinar | |  | ***5. REVENUE STREAM***  ●Iklan dan sponsorShip | | |

1. *Business Plan - PT ZIRA Tech (Zis Role & Analytics Technology).*

**4. Analisis Persaingan**

### 4.1. Kondisi Persaingan

Diisi dengan penjelasan tentang identifikasi beberapa pesaing dengan bisnis sejenis yang sudah berjalan di pasar. Dapat berupa perbandingan tema, harga, target pelanggan, channel, value yang ditawarkan, dll.

**4.2. Keunggulan Kompetitif**

Diisi dengan penjelasan tentang keunggulan dari usaha dan produk yang Anda buat.

**5. Rencana Operasional dan Manajemen**

### 5.1. Fasilitas

Diisi dengan penjelasan tentang fasilitas yang tersedia dan yang diperlukan dalam pengembangan produk dan usaha.

### 5.2. Proses Produksi

Diisi dengan penjelasan tentang bagaimana proses produksi dilakukan, tahapan-tahapan dalam menghasilkan produk.

### 5.3. Pengendalian Persediaan

Diisi dengan penjelasan bagaimana strategi dalam pengelolaan persediaan bahan baku dan produk untuk memastikan proses produksi dan penjualan berjalan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

### 5.4. Pengembangan Produk

Diisi dengan penjelasan bagaiaman strategi pengembangan produk, serta langkah-langkah untuk menambah nilai pada produk dan memperluas layanan dan pilihan solusi kepada pelanggan.

### 5.5. Tim Manajemen

Diisi dengan penjelasan tentang tim yang menjadi pengelola usaha beserta tugas dan tanggung jawab masing-masing di tingkat manajemen.

### 5.6. Personalia

Diisi dengan penjelasan tentang sumber daya manusia yang mendukung berjalannya usaha pada beberapa aspek seperti produksi, promosi, penjualan, dll.

**6. Rencana Keuangan**

### 6.1. Ringkasan Kebutuhan Dana

Diisi dengan penjelasan tentang kebutuhan dana dalam pengembangan usaha selama satu tahun, pada tabel di bawah ini. Sebutkan dalam paragraf pengantar sebelum tabel, kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dalam bentuk narasi. Setiap tabel diberikan caption, memiliki pengantar sebelum tabel dan penjelasan setelah tabel.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama Item** | **Jumlah Dana (Rp.)** | **Keterangan** |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| 5. |  |  |  |
| 6. |  |  |  |
| 7. |  |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |

#### 6.1.1 Sumber Dana, Rencana Penilaian dan Pembayaran

Diisi dengan penjelasan tentang sumber dana usaha, kebetuhan terkait berbagai sumber daya yang perlu dibeli/ dipersiapkan untuk menjalankan usaha.

**6.1.2 Proyeksi Pendapatan untuk Tiga Tahun**

Diisi dengan penjelasan tentang gambaran pertumbuhan pendapatan dalam tiga tahun ke depan.

### 6.2. Pernyataan Kinerja Aktual

#### 6.2.1 Pernyataan Rugi Laba

Diisi dengan penjelasan tentang proyeksi rugi lama dalam 3 tahun. Dituliskan dalam bentuk tabel untuk penjualan kotor, retur & diskon barang, penjualan bersih, harga pokok penjualan, laba kotor, biaya operasional, laba bersih, bunga pinjaman, labar bersih sebelum pajak, pajak, laba bersih setelah pajak.

#### 6.2.2 Riwayat Keuangan Usaha

Diisi dengan penjelasan tentang riwayat transaksi yang sudah berjalan. Dituliskan dalam bentuk tabel. Setiap tabel diberikan caption, memiliki pengantar sebelum tabel dan penjelasan setelah tabel.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Bulan** | **Tahun** | **Jumlah** | **Peruntukan** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**7. Kesimpulan**

Diisi dengan penjelasan tentang kesimpulan dari penjabaran bab-bab di atas yang menyatakan potensi-potensi usaha akan berkembang.

**Lampiran**