

RAPID-Z Framework v1.6

Segmentasi Pasar Lokal

Geografis	Demografis
1. Provinsi a. N/A 2. Kota a. N/A 3. Area a. N/A	1. Kepadatan Penduduk : (N/A) a. N/A 2. Gender : (N/A) a. N/A 3. Usia Rata-rata : (N/A) a. N/A 4. Pendapatan Rata-rata : (N/A) a. N/A 5. Pendidikan Rata-rata : (N/A) a. N/A 6. Dominasi Pekerjaan : (N/A) a. N/A

Segmentasi Pasar Eksternal (Opsional)

Asal	Demographic
1. Domestik a. N/A 2. Luar Negeri a. N/A	1. Gender : (N/A) a. N/A 2. Usia Rata-rata : (N/A) a. N/A 3. Pekerjaan : (N/A) a. N/A 4. Tujuan Kedatangan a. N/A

Target Pasar

Usia	Pendapatan Perbulan	Pendidikan	Pekerjaan
N/A	N/A	N/A	N/A

Tren Makro

N/A	1. N/A a. N/A
-----	------------------

Analisis Prediksi Tren Masa Depan

N/A	1. N/A
-----	--------

Target Kustomer Potensial

Target	Usia Rata-rata	Pendapatan Perbulan	Pendidikan	Pekerjaan	Potensi Pasar
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Identifikasi Masalah Kustomer Potensial

Target Kustomer Potensial	Identifikasi Masalah
N/A	1. N/A

Preferensi Kebutuhan & Keinginan Kustomer Potensial

Target Kustomer Potensial	Preferensi Kebutuhan & Keinginan
N/A	1. N/A

Kata Kunci Pengembangan Ide

1. N/A

Visi & Misi

Visi	Misi
N/A	1. N/A

Ide Produk

Ide	Konsep Dasar
N/A	N/A

Ide Jasa

Ide	Konsep Dasar
N/A	N/A

Ide Konsep Usaha

Ide	Konsep Dasar
N/A	N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Politik

1. N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Ekonomi

1. N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Sosial

1. N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Teknologi

1. N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Lingkungan

1. N/A

Pengaruh & Dampak Oleh Faktor Hukum

1. N/A

Analisis Tekanan Eksternal (5 Forces)

Ancaman Pendatang Baru: (N/A) 1. N/A	Ancaman Produk Substitusi: (N/A) 1. N/A
Kekuatan Daya Tawar Pemasok: (N/A) 1. N/A	Kekuatan Daya Tawar Pembeli: (N/A) 1. N/A
Persaingan Dalam Industri: 1. N/A	

Identifikasi Kompetitor (Min. 3 kompetitor)

1. Kompetitor 1: N/A 2. Kompetitor 2: N/A 3. Kompetitor 3: N/A
--

Analisis Kompetitor

Kompetitor 1						
Produk/Jasa	Harga	Lokasi & Suasana Tempat	Cara Pemasaran/Promosi	Proses/Alur Pelayanan	Kualitas Pekerja/SDM	Tampilan Fisik
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Kompetitor 2						
Produk/Jasa	Harga	Lokasi & Suasana Tempat	Cara Pemasaran/Promosi	Proses/Alur Pelayanan	Kualitas Pekerja/SDM	Tampilan Fisik
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Kompetitor 3						
Produk/Jasa	Harga	Lokasi & Suasana Tempat	Cara Pemasaran/Promosi	Proses/Alur Pelayanan	Kualitas Pekerja/SDM	Tampilan Fisik
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Analisis Internal (Diisi sesuai dengan kondisi internal usaha saat ini)

Produk/Jasa	1. N/A
Harga	1. N/A
Lokasi & Suasana Tempat	1. Data Lokasi a. Luas Tanah i. N/A b. Luas Bangunan i. N/A c. Area i. N/A 2. Suasana a. N/A 3. Fasilitas a. N/A 4. Lain-lain a. N/A
Cara Pemasaran/Promosi (Pendekatan Marketing Funnel & Faktor 4 Caturindra)	1. Awareness a. Visual i. N/A b. Auditori i. N/A c. Olfaktori i. N/A d. Taktile i. N/A 2. Interest a. Visual i. N/A b. Auditori i. N/A c. Olfaktori i. N/A d. Taktile i. N/A 3. Consideration a. Visual i. N/A b. Auditori i. N/A

	c. Olfaktori i. N/A d. Taktile i. N/A 4. Decision a. Visual i. N/A b. Auditori i. N/A c. Olfaktori i. N/A d. Taktile i. N/A
Proses/Alur Pelayanan	1. N/A
Kualitas Pekerja/SDM	1. N/A
Tampilan Fisik	1. N/A

Data SWOT (Strengths, Weaknesses, Threats, Opportunities)

Strengths: 1. N/A	Weaknesses 1. N/A
Threats: 1. N/A.	Opportunities: 1. N/A

Analisis TOWS

1. N/A

Strategi Ansoff Matrix

Market Penetration: 1. N/A	Market Development: 1. N/A
Product Development: 1. N/A	Diversification: 1. N/A

Nama Merek Dagang/Jasa

N/A

Identitas Merek

Identitas Visual						
Warna	Tipografi	Ikon	Ilustrasi	Pola	Fotografi	Videografi
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Komunikasi Merek

Tagline	Slogan	Suara & Nada	Hastag
N/A	N/A	N/A	N/A

Pedoman Copywriting

Pemilihan Kata	Struktur Kalimat
1. N/A	1. N/A

Konsep Produk/Jasa

1. N/A

Konsep Tempat

Warna	Layout	Fasilitas	Ilustrasi	Suasana	Pencahayaan
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Konsep Pemasaran/Promosi (Pendekatan Marketing Funnel & Faktor 4 Caturindra)

Awareness	1. Visual a. N/A 2. Auditori a. N/A 3. Olfaktori a. N/A 4. Taktile a. N/A
Interest	1. Visual a. N/A 2. Auditori a. N/A 3. Olfaktori a. N/A 4. Taktile a. N/A
Consideration	1. Visual a. N/A 2. Auditori a. N/A 3. Olfaktori a. N/A 4. Taktile a. N/A
Decision	1. Visual a. N/A 2. Auditori a. N/A 3. Olfaktori a. N/A 4. Taktile a. N/A

Konsep Proses/Alur Pelayanan

1. N/A

Konsep Seragam

1. N/A

Konsep Purna Jual

1. N/A

Konsep Metode Pembayaran

1. N/A

Perhitungan Biaya Produksi Produk/Jasa (HPP)

N/A

Rincian Aset

N/A

Perhitungan Pengembalian Investasi (ROI)

N/A

