

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2. Lingkungan Internal	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10

2.1 Model Bisnis.....	10
2.2 Komponen Model Bisnis.....	11
2.2.1 Segmen Pelanggan.....	13
2.2.2 Proposisi Nilai.....	14
2.2.3 Saluran	15
2.2.4 Hubungan Pelanggan	16
2.2.5 Arus Pendapatan	17
2.2.6 Sumber Daya Utama.....	18
2.2.7 Aktivitas Kunci	19
2.2.8 Kemitraan Utama	20
2.2.9 Struktur Biaya.....	20
2.3 Toko Kue dan Roti (<i>Bakery</i>)	21
2.4 Produk	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Unit Analisis.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.4.1 Survei Calon Pelanggan.....	27
3.4.2 Wawancara Calon Pelanggan	29
3.4.3 Wawancara Pelaku Usaha.....	30

3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.6 Metode Analisis Data	32
3.6.1 Peta Empati dan Kanvas Model Bisnis.....	33
3.6.2 Analisis Kelayakan Ekonomi.....	33
3.6.3 Analisis Kelayakan <i>Non</i> Ekonomi	35
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	36
4.1 Analisis Peta Empati	36
4.1.1 Apa yang Dilihat oleh Pelanggan?.....	41
4.1.2 Apa yang Didengar oleh Pelanggan?.....	42
4.1.3 Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan Oleh Pelanggan?	44
4.1.4 Apa yang Dikatakan dan Dilakukan oleh Pelanggan?.....	45
4.1.5 Rasa Sakit Apa yang Dirasakan oleh Pelanggan?	47
4.1.6 Apa Saja Perolehan Pelanggan?	51
4.2 Wawancara Pelaku Usaha	55
4.3 Model Bisnis Ti Amo Bakery	56
4.3.1 Segmen Pelanggan.....	56
4.3.2 Proposisi Nilai.....	57
4.3.3 Saluran	57
4.3.4 Hubungan Pelanggan	58
4.3.5 Arus Pendapatan	58

4.3.6 Sumber Daya Utama	59
4.3.7 Aktivitas Kunci	60
4.3.8 Kemitraan Utama	61
4.3.9 Struktur Biaya	62
4.4 Gambaran Ti Amo Bakery Sebagai Sebuah Bisnis	64
4.5 Rencana Fungsional Bisnis	65
4.5.1 Rencana Fungsional Operasi	65
4.5.2 Rencana Fungsional Pemasaran	66
4.5.3 Rencana Fungsional Sumber Daya Manusia	69
4.5.4 Rencana Fungsional Keuangan	70
4.6 Analisis Kelayakan Ekonomi	72
Analisis kelayakan ekonomi menggunakan tiga metode, yaitu <i>Net Present Value</i> (NPV), <i>Payback Period</i> (PP), dan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).	72
4.6.1 <i>Net Present Value</i> (NPV)	72
4.6.2 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	73
4.6.3 <i>Payback Period</i> (PP)	74
4.7 Analisis Kelayakan <i>Non</i> Ekonomi	75
4.7.1 Mitigasi Risiko	75
4.7.2 Strategi Keluar	76
BAB V RENCANA AKSI	78

5.1 Rincian Kegiatan	78
5.1.1 Tahap Persiapan	78
5.1.2 Tahap Pelaksanaan	80
5.1.3 Tahap Evaluasi	80
5.2 Penanggung Jawab	81
5.3 Ukuran Kinerja	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	96