

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT.....</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Lingkup Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Strategik	9
2.1.2 Kredit	10
2.1.3 Kredit Mikro	13
2.1.4 Business Model Canvas	14
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Kerangka Penelitian	20
BAB III METODA PENELITIAN.....	22
3.1. Desain Penelitian.....	22
3.1.1 Kualitatif	22
3.2. Metoda Pengumpulan Data	23
3.3. Instrumen Penelitian.....	24
3.4. Metoda Analisis Data	25
3.5. Profil Kasus	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil dan Pembahasan.....	31



**EVALUASI STRATEGI PRODUK KREDIT MIKRO PT. XYZ MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL
CANVAS DAN VALUE
PROPOSITION CANVAS**

FARROS HAYDAR RAYHAN, Bowo Setiyono, S.E., M.Com., Ph.D

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
4.1.1

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.1.1	<i>Business Model Canvas</i>	32
4.1.2.1	<i>Customer Segment</i>	33
4.1.2.2	<i>Value Proposition</i>	38
4.1.2.3	<i>Channel</i>	40
4.1.2.4	<i>Customer Relationship</i>	43
4.1.2.5	<i>Key Resource</i>	47
4.1.2.6	<i>Key Activities</i>	49
4.1.2.7	<i>Key Partnership</i>	53
4.1.2.8	<i>Revenue Stream</i>	56
4.1.2.9	<i>Cost Structure</i>	59
4.1.2	<i>Value Proposition Canvas</i>	73
4.1.2.1	<i>Product and Services</i>	73
4.1.2.2	<i>Gain Creators</i>	75
4.1.2.3	<i>Pain Relievers</i>	76
4.1.2.4	<i>Customer Jobs</i>	77
4.1.2.5	<i>Pains</i>	77
4.1.2.6	<i>Gains</i>	79
4.1.2.7	<i>Fit</i>	80
4.1.3	<i>Pengembangan Value Proposition Canvas PT. XYZ</i>	82
BAB V	KESIMPULAN.....	85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Implikasi.....	88
5.3	Keterbatasan.....	89
5.4	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93