

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	8
2.2 <i>Customer Engagement</i>	11
2.3 <i>Product Enrichment</i>	16
2.4 Peta Empati.....	18
2.5 Kanvas Model Bisnis.....	20
2.5.1 Proposisi Nilai.....	21
2.5.2 Hubungan Pelanggan	22
2.5.3 Segmen Pelanggan	23
2.5.4 Saluran	24
2.5.5 Aktivitas Utama	25
2.5.6 Mitra Utama	25
2.5.7 Sumber Daya Utama	26
2.5.8 Arus Pendapatan	27
2.5.9 Struktur Biaya	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Sumber Data	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Metode Analisis Data	34
3.5 Analisis Peta Empati	34
3.6 Kanvas Model Bisnis.....	34
3.7 Analisis Kelayakan Bisnis.....	35
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	35
4.1 Analisis Peta Empati	36
4.1.1 Data Demografi Responden.....	36
4.1.2 Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan?	37
4.1.3 Apa yang Dilihat?	38
4.1.4 Apa yang Dikatakan dan Dilakukan?	39
4.1.5 Apa yang Didengar?	40
4.1.6 Kekecewaan	40
4.1.7 Perolehan	41
4.2 Kanvas Model Binis	43
4.2.1 Proposisi Nilai.....	43
4.2.2 Segmen Pelanggan.....	46
4.2.3 Saluran	47
4.2.4 Hubungan Pelanggan	48
4.2.5 Aliran Pendapatan.....	50
4.2.6 Sumber Daya Utama.....	51
4.2.7 Aktivitas Utama	53
4.2.8 Mitra Utama	55
4.2.9 Struktur Biaya	56
4.3 Analisis Kelayakan Bisnis.....	59
4.4 Strategi Keluar.....	60
BAB V RENCANA AKSI.....	62
5.1 Penerapan <i>Customer Engagement</i>	62
5.2 Penerapan <i>Product Enrichment</i>	63
5.3 Matriks Kegiatan	64
5.4 Ukuran Kinerja	67

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN I	71
LAMPIRAN II.....	76
LAMPIRAN III	88