

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Lingkup Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Sejarah <i>Bridesmaid</i> dan <i>Groomsmen</i>	11
2.2 Tren <i>Bridesmaid</i> dan <i>Groomsmen</i> di Indonesia	12
2.3 Model Bisnis	14
2.4 Kanvas Model Bisnis untuk Perusahaan Sosial	15
2.4.1 Misi (<i>Mission</i>).....	17
2.4.2 Kemitraan Kunci (<i>Key Partners</i>).....	18
2.4.3 Kegiatan Inti (<i>Key Activities</i>).....	18

2.4.4 Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>)	19
2.4.5 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	20
2.4.6 Hubungan pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	22
2.4.7 Saluran (<i>Channels</i>)	23
2.4.8 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	24
2.4.9 Struktur Biaya (<i>Cost structure</i>)	26
2.4.10 Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	27
2.4.11 Dampak & Pengukuran (<i>Impact & Measurements</i>)	29
2.5 Ekonomi Berbagi.....	29
2.6 Peta Empati	31
2.7 Long-Tail	33
2.8 Fesyen berkelanjutan	34
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Unit Analisis.....	39
3.2.1 Subjek Penelitian.....	39
3.2.1.1 Calon Pelanggan Potensial	39
3.2.1.2 Penjahit	40
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Data	46
BAB IV	48
STRATEGI DAN RENCANA	48
4.1 Peta Empati Calon Pelanggan.....	48
4.1.1 Apa yang dilihat pelanggan	49
4.1.2 Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan	53
4.1.3 Apa yang dipikirkan dan dirasakan pelanggan.....	58
4.1.4 Apa yang didengar pelanggan	64
4.1.6 Apa keuntungan yang diperoleh.....	71
4.2 Hasil Wawancara dengan Penjahit	73
4.3 Hasil Data Observasi	75
4.4 Kanvas Model Bisnis untuk Perusahaan Sosial.....	79

4.4.1 Misi (<i>Mission</i>)	79
4.4.2 Kemitraan Kunci (<i>Key Partners</i>).....	79
4.4.3 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	80
4.4.4 Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>)	80
4.4.5 Proposisi nilai (<i>Value Propositions</i>).....	81
4.4.6 Hubungan pelanggan (<i>Customer Relationships</i>).....	82
4.4.7 Saluran (<i>Channels</i>)	83
4.4.8 Segmen pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	84
4.4.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	84
4.4.10 Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	86
4.4.11 Dampak & Pengukuran (<i>Impact & Measurements</i>)	86
BAB V	89
RENCANA AKSI.....	89
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	89
5.2 Tugas dan Tanggung Jawab	92
5.3 Perencanaan Mitigasi.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan value yang ditawarkan Brideslor dengan kompetitor	5
Tabel 2. 1 Jenis saluran	23
Tabel 3. 1 Sumber dan metode pengumpulan data	41
Tabel 3. 2 Pertanyaan wawancara kepada penjahit.....	41
Tabel 3. 3 Pertanyaan wawancara calon pelanggan potensial	43
Tabel 4. 1 Data diri calon pelanggan potensial	48
Tabel 4. 2 Narasumber pelaku bisnis	73
Tabel 4. 3 Hasil observasi aplikasi milik kompetitor	75
Tabel 4. 4 Hasil observasi kelengkapan alat jahit.....	78
Tabel 4. 5 Proposisi nilai Brideslor.....	81
Tabel 4. 6 Modal awal	85
Tabel 4. 7 Biaya operasional.....	85
Tabel 5. 1 Rencana kerja Brideslor	89
Tabel 5. 2 Tugas dan tanggung jawab staf internal Brideslor.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kanvas model bisnis	15
Gambar 2. 2 Modifikasi kanvas model bisnis untuk perusahaan sosial.	17
Gambar 2. 3 Model ekonomi berbagi	30
Gambar 2. 4 Model peta empati.....	32
Gambar 2. 5 Grafik long-tail.....	34
Gambar 4. 1 Peta empati Brideslor	75
Gambar 4. 2 Urutan proses custom order	83
Gambar 4. 3 Kanvas model bisnis untuk perusahaan sosial Brideslor	88
Gambar 5. 1 Tampilan home Brideslor.....	90
Gambar 5. 2 Tampilan detail produk	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Potongan hasil wawancara calon pelanggan potensial.....	99
Lampiran II Wawancara dengan calon pelanggan potensial	100
Lampiran III Wawancara dengan penjahit.....	100