

## DAFTAR PUSTAKA

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2 Lingkungan Internal .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Bagi Peneliti.....	9
1.6.2 Bagi Praktisi.....	9
1.7 Lingkup Penelitian .....	9
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>10</b>
2.1 Model Bisnis .....	10
2.2 Kanvas Model Bisnis .....	10
2.2.1 Segmen Pelanggan ( <i>Customer Segment</i> ).....	12
2.2.2 Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ).....	13
2.2.3 Saluran Perantara ( <i>Channels</i> ).....	15
2.2.4 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationship</i> ) .....	16
2.2.5 Sumber Pendapatan ( <i>Revenue Stream</i> ).....	17
2.2.6 Sumber Daya Utama ( <i>Key Resources</i> ) .....	18

2.2.7	Aktivitas Kunci ( <i>Key Activities</i> ) .....	19
2.2.8	Kunci Kemitraan ( <i>Key Partnerships</i> ).....	20
3.2.9	Struktur biaya ( <i>Cost Structure</i> ).....	21
2.3	Ekonomi Berbagi ( <i>Sharing Economy</i> ).....	22
2.4	<i>Multi-Sided Platform</i> .....	23
2.5	Peta Empati .....	24
2.6	Mebel.....	25
2.6.1	Fungsi Mebel.....	26
2.7	Aplikasi.....	26
2.8	<i>Augmented Reality</i> .....	27
2.8.1	Komponen <i>Augmented Reality</i> .....	28
2.8.2	<i>Marker</i> .....	29
<b>BAB II</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	31
3.1	Desain Penelitian.....	31
3.2	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.3	Triangulasi Data .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN RENCANA</b> .....	39
4.1	Peta Empati Calon Pelanggan .....	39
4.1.1	Apa yang dilihat pelanggan .....	40
4.1.2	Apa yang didengar pelanggan .....	43
4.1.3	Apa yang dipikirkan dan dirasakan pelanggan.....	46
4.1.4	Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan .....	48
4.1.5	Permasalahan yang dihadapi pelanggan .....	51
4.1.6	Keuntungan yang diperoleh pelanggan .....	55
4.2	Hasil wawancara dengan pengrajin mebel dan retail mebel .....	58
4.3	Kanvas Model Bisnis .....	60
4.3.1	Segmentasi Pasar.....	60
4.3.2	Proporsi Nilai.....	61
4.3.3	Saluran .....	62
4.3.4	Hubungan Pelanggan .....	63

4.3.5	Arus Pendapatan.....	63
4.3.6	Sumber Daya Utama.....	66
4.3.7	Aktivitas Kunci.....	67
4.3.8	Kunci Kemitraan .....	68
4.3.9	Struktur Biaya .....	68
<b>BAB V</b>	<b>RENCANA AKSI.....</b>	<b>73</b>
5.1	Kegiatan dan waktu pelaksanaan.....	73
5.1.2	Fase Pelaksanaan dan Evaluasi .....	74
5.2	Ukuran Kinerja.....	74
5.2.1	Kelayakan Investasi .....	75
5.2.2	Sumber Daya Manusia .....	77
5.3	Mitigasi Resiko .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>84</b>