

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Model Bisnis .....	10
2.2 Komponen Model Bisnis .....	10
2.2.1 Segmen Pelanggan ( <i>Customer Segments</i> ).....	11
2.2.2 Proporsi Nilai ( <i>Value Propositions</i> ) .....	12

2.2.3 Saluran ( <i>Channels</i> ) .....	14
2.2.4 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationships</i> ) .....	14
2.2.5 Sumber Pendapatan ( <i>Revenue Streams</i> ).....	16
2.2.6 Sumber Daya Kunci ( <i>Key Resources</i> ) .....	18
2.2.7 Aktivitas Kunci ( <i>Key Activities</i> ) .....	19
2.2.8 Mitra Kunci ( <i>Key Partnerships</i> ) .....	20
2.2.9 Struktur Biaya ( <i>Cost Structure</i> ) .....	21
2.3 Peta Empati ( <i>Empathy Map</i> ) .....	22
2.4 Platform Multi Sisi ( <i>Multi-sided Platform</i> ).....	24
2.5 Industri Salon .....	24
2.6 Aplikasi .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.2.1 Pengumpulan Data Primer .....	29
3.2.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	30
3.3 Instrumen Penelitian .....	30
3.4 Metode Analisis Data .....	31
3.4.1 Analisis Kualitatif .....	32
3.4.2 Analisis Kuantitatif .....	32
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....	34
4.1 Profil Perusahaan .....	34
4.2 Peta Empati Calon Pelanggan Jasa Perawatan Tubuh dan Kecantikan .....	35

4.2.1 Apa yang Dilihat oleh Pelanggan .....	36
4.2.2 Apa yang Didengar oleh Pelanggan.....	39
4.2.3 Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan oleh Pelanggan .....	40
4.2.4 Apa yang Dikatakan dan Dilakukan oleh Pelanggan.....	41
4.2.5 Permasalahan yang Dahadapi oleh Pelanggan.....	44
4.2.6 Keuntungan yang Diperoleh Pelanggan.....	45
4.3 Hasil Wawancara dengan Pemilik Tempat Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Yogyakarta .....	48
4.4 Kanvas Model Bisnis Platform Get Glam.....	50
4.4.1 Segmen Pelanggan ( <i>Customer Segment</i> ) .....	50
4.4.2 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationship</i> ).....	51
4.4.3 Saluran ( <i>Channel</i> ).....	51
4.4.4 Proporsi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ) .....	52
4.4.5 Aktivitas Kunci ( <i>Key Activities</i> ).....	53
4.4.6 Sumber Daya Kunci ( <i>Key Resources</i> ) .....	54
4.4.7 Mitra Kunci ( <i>Key Partners</i> ).....	54
4.4.8 Struktur Biaya ( <i>Cost Structure</i> ) .....	55
4.4.9 Aliran Pendapatan ( <i>Revenue Stream</i> ) .....	57
4.5 Kelayakan Ekonomi .....	59
4.5.1 Struktur Modal dan Biaya.....	60
4.5.2 Pendapatan.....	60
4.5.3 Kelayakan Ekonomi .....	61
4.5.4 Analisis Skenario .....	63

BAB V RENCANA AKSI .....	66
5.1 Matrik Kegiatan .....	66
5.1.1 Tahap Persiapan.....	66
5.1.2 Tahap Pelaksanaan .....	67
5.1.3 Tahap Evaluasi .....	67
5.2 Ukuran Kinerja .....	68
5.2.1 Aspek Kelayakan Non Ekonomi .....	69
5.2.2 Pemasaran.....	70
5.2.3 Sumber Daya Manusia.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN 1 .....	76
LAMPIRAN 2 .....	84
LAMPIRAN 3 .....	86
LAMPIRAN 4 .....	90
LAMPIRAN 5 .....	95
LAMPIRAN 6 .....	117