

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI... ..</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2 Lingkungan Internal .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Model Bisnis.....	14
2.2 Komponen Model Bisnis.....	15
2.2.1 Segmen Pelanggan.....	17
2.2.2 Proposisi Nilai.....	20
2.2.3 Saluran Distribusi .....	21
2.2.4 Hubungan Pelanggan .....	23
2.2.5 Aliran Pendapatan.....	24
2.2.6 Sumber Daya Kunci.....	25
2.2.7 Aktivitas Kunci .....	26

2.2.8 Mitra Kunci .....	27
2.2.9 Struktur Biaya .....	28
2.3 Pengembangan Model Bisnis .....	29
2.4 Pengecer .....	31
2.5 Industri Roti dan Kue di Indonesia Terkini .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Desain Penelitian .....	36
3.2 Unit Analisis .....	37
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	37
3.4 Instrumen Penelitian .....	40
3.5 Kualitas Penelitian .....	45
3.6 Metode Analisis Data .....	46
3.6.1 Analisis Kualitatif .....	47
3.6.2 Analisis Kuantitatif .....	47
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>49</b>
4.1 Pengembangan Model Bisnis Toko Roti dan Kue Kamberu Berbasis Perluasan Segmen Pelanggan dengan Pengecer .....	50
4.1.1 Segmen Pelanggan .....	55
4.1.2 Proposisi Nilai .....	56
4.1.3 Saluran Distribusi .....	57
4.1.4 Hubungan Pelanggan .....	59
4.1.5 Arus Pendapatan .....	60
4.1.6 Sumber Daya Kunci .....	63
4.1.7 Aktivitas Kunci .....	64
4.1.8 Mitra Kunci .....	66
4.1.9 Struktur Biaya .....	67
4.2 Analisis Kelayakan Ekonomi .....	70
<b>BAB V RENCANA AKSI .....</b>	<b>73</b>
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....	73

5.2 Ukuran Kinerja .....	75
5.3 Risiko dan Strategi Mitigasi .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perbandingan Pertumbuhan UMKM dan Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Seminggu untuk Produk Roti dan Kue (Roti Tawar, Roti Manis, Kue Kering, dan Kue Basah) di Pulau Jawa .....	4
Tabel 1.2 Data Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Seminggu untuk Produk Roti dan Kue (Roti Tawar, Roti Manis, Kue Kering, dan Kue Basah) di Provinsi Jawa Tengah .....	4
Tabel 1.3 Kompetitor Kamberu .....	6
Tabel 2.1 Saluran Distribusi Berdasarkan Tipe Saluranan Tipe Fase .....	22
Tabel 3.1 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	38
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Pemilik Kamberu .....	41
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Pedagang Toko Kelontong .....	42
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Profil Responden dan Perilaku Pelanggan Kamberu .....	43
Tabel 4.1 Ringkasan Peta Empati Calon Pengecer B2C .....	52
Tabel 4.2 Ringkasan Peta Empati Calon Pengecer B2B .....	53
Tabel 4.3 Proyeksi Pendapatan Per Tahun Kamberu melalui Pengecer .....	62
Tabel 4.4 Hubungan Kemitraan Kamberu .....	66
Tabel 4.5 Pembukuan Per Bulan Kamberu (dalam Ribuan) .....	68
Tabel 4.6 Penambahan Struktur Biaya Investasi dan Biaya Operasional Setelah Pengembangan .....	69

Tabel 4.7 Arus Kas Kamberu dalam Penerapan Segmen Pelanggan Pengecer (dalam Ribuan Rupiah).....	71
Tabel 4.8 Hasil Analisis Kelayakan Ekonomi Kamberu dalam Penerapan Segmen Pelanggan dengan Pengecer .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis Kamberu Saat Ini .....	51
Gambar 4.2 Kanvas Model Bisnis Kamberu Setelah Melakukan Pengembangan Berbasis Perluasan Segmen Pelanggan dengan Pengecer .....	54
Gambar 5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Panduan Wawancara objek Penelitian Kamberu.....	90
LAMPIRAN 2. Panduan Wawancara Calon Pengecer Kalangan B2B .....	91
LAMPIRAN 3. Panduan Survei Calon Pengecer Kalangan B2C .....	92
LAMPIRAN 4. Transkrip Verbatim Wawancara Objek Penelitian Kamberu.....	94
LAMPIRAN 5. Transkrip Verbatim Wawancara Calon Mitra Kalangan B2B	
Narasumber I.....	107
LAMPIRAN 6. Transkrip Verbatim Wawancara Calon Mitra Kalangan B2B	
Narasumber II.....	113
LAMPIRAN 7. Hasil Kuesioner Wawancara Pelanggan Kamberu.....	117
LAMPIRAN 8. Arus Kas Kamberu Dalam Pengembangan Berbasis Perluasan	
Segmen Pelanggan Dengan Pengecer .....	124