

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Lingkup Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II	21
LANDASAN TEORI	21
2.1 Bisnis Model Kanvas	21
2.1.1 <i>Customer Segment</i>	21
2.1.2 <i>Value Proposition</i>	23
2.1.3 <i>Channel</i>	26
2.1.4 <i>Customer Relationship</i>	27
2.1.5 <i>Revenue Stream</i>	29
2.1.6 <i>Key Resources</i>	31
2.1.7 <i>Key activity</i>	32
2.1.8 <i>Key partnership</i>	32
2.1.9 <i>Cost structure</i>	33
2.2 <i>Start-up</i>	34

2.2.1 Desain Model Bisnis untuk <i>Start-up</i>	35
2.3 <i>Lean Startup</i>	37
2.3.1 <i>Build-Measure-Learn</i>	40
2.3.2 Minimum Viable Product.....	41
2.3.2.1 Perancangan <i>Minimum Viable Product</i>	43
2.3.2.2 Teknik Pengujian <i>Minimum Viable Product</i>	44
2.4 Metode <i>Lean Startup</i> Berbasis Hipotesis	49
2.5 Rerangka Penelitian	51
BAB III.....	55
METODA PENELITIAN	55
3.1 Desain Penelitian	55
3.2 Metoda Pengumpulan Data	57
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	57
3.2.2 Prosedur Penelitian.....	58
3.3 Instrumen Penelitian	61
3.3.1 Wawancara Daring	61
3.3.2 Observasi	69
3.3.3 <i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	69
3.4 Metoda Analisis Data	69
3.5 Objek Penelitian	72
3.5.1 Profil Perusahaan.....	72
3.5.1.1 Struktur Organisasi	75
3.5.1.2 Logo, Visi dan Misi	75
3.5.2 Responden	76
3.5.2.1 Profil Informan	76
BAB IV	80
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Bisnis Model Kanvas PT. Tribelio Digital Global	80
4.1.1 Analisis Sembilan Blok Bangunan PT. Tribelio Digital Global	80
4.1.1.1 Segmen Pelanggan.....	80
4.1.1.2 Proposisi Nilai.....	81

4.1.1.3 Saluran	82
4.1.1.4 Hubungan Pelanggan	83
4.1.1.5 Arus Pendapatan	84
4.1.1.6 Sumber Daya Kunci.....	85
4.1.1.7 Aktivitas Kunci	86
4.1.1.8 Kemitraan Kunci.....	86
4.1.1.9 Struktur Biaya	87
4.1.2 Hasil Bisnis Model Kanvas PT. Tribelio Digital Global	87
4.2 Tahapan perumusan metode Lean start-up berbasis hipotesis.....	889
4.2.1 <i>Develop a vision</i>	889
4.2.2 <i>Translate the vision into hypotheses</i>	90
4.2.3 Specify MVP tests	91
4.2.3.1 User Journey	91
4.2.3.2 Evaluasi Fitur.....	92
4.2.4 <i>Prioritize test</i>	97
4.2.5 <i>Learn from MVP test</i>	98
4.2.6 <i>Persevere, Pivot, or Perish</i>	99
BAB V	100
SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Implikasi	103
5.3 Keterbatasan	103
5.4 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Narasumber Penelitian.....	63
Tabel 3.2 Fase Formulasi Sembilan Blok Bangunan, MVP, dan BML.....	71
Tabel 4.1 User Journey Responden Menggunakan TribelioPage.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Covid-19 Telah Mempercepat Digitalisasi Pada Interaksi Pelanggan Selama Beberapa Tahun	3
Gambar 1.2 Penggunaan <i>e-Commerce</i> Sebelum, Selama, dan Setelah <i>lockdown</i>	4
Gambar 1.3 Manfaat yang dirasakan dari layanan Internet sebelum, selama, dan setelah <i>lockdown</i> (% responden).....	5
Gambar 1.4 SEA Ekonomi Internet GMV(juta USD \$)	7
Gambar 1.5 Daftar 10 Negara Dengan Jumlah <i>Start-up</i> Tertinggi	8
Gambar 1.6 12 Faktor Kegagalan <i>Start-ups</i>	10
Gambar 2.1 Business Model Canvas (BMC).....	34
Gambar 2.2 Siklus <i>Feedback Loop</i> dari Konsep <i>Lean Start-up</i>	40
Gambar 2.3 MVP.....	43
Gambar 2.4 <i>Hypothesis Driven Entrepreneurship – The Lean Start-up</i>	51
Gambar 2.5 Rerangka Penelitian.....	54
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Tribelio Digital Global.....	75
Gambar 3.2 Logo PT. Tribelio Digital Global.....	75
Gambar 4.1 Bisnis Model Kanvas PT. Tribelio Digital Global.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	108
Lampiran 2. Dokumentasi Halaman TribelioPage.....	187
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Management PT. Tribelio Digital Global.....	192
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara Pelanggan PT. Tribelio Digital Global.	193