

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>i</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>ix</i>
<i>INTISARI</i>	<i>x</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xi</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	2
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>6</i>
2.1 Teori dan Konsep Tentang <i>Dropshipping</i>	6
2.1.1 Pengertian Dropshipping	6
2.1.2 Mekanisme Dropshipping	7
2.1.3 Kelebihan dan Kelemahan Dropshipping	8
2.2 Kelayakan Bisnis	9
2.2.1 Analisis Kelayakan non Finansial	9
2.2.2 Analisis Kelayakan Finansial	12
2.2.3 Analisis Sensitivitas	12
2.3 Model Bisnis	13
2.4 Pengembangan Model Bisnis	20
<i>METODE PENELITIAN</i>	<i>24</i>
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Unit Analisis	24



3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Instrumen penelitian	28
3.6 Informan Penelitian	29
3.7 Metode Analisis Data	29
3.7.1 Analisis Data Kualitatif	29
3.7.2 Analisis Data Kuantitatif	31
<i>BAB IV</i>	<i>33</i>
<i>STRATEGI DAN RENCANA</i>	<i>33</i>
4.1 Model Bisnis CV. Sporti ID Sang Juara Saat Ini	33
4.1.1. Proposisi Nilai	34
4.2.2 Segmen Pelanggan	35
4.1.3 Hubungan Pelanggan	35
4.1.4 Saluran	36
4.1.5 Arus Pendapatan	37
4.1.6 Sumber Daya Utama	37
4.1.7 Aktivitas Kunci	38
4.1.8 Mitra Kunci	39
4.2.9. Struktur Biaya	40
4.2 Peta Empati	41
4.2.1 Apa yang Calon Pelanggan	42
4.2.2 Apa yang Calon Pelanggan Pikir	43
4.2.4 Apa yang Calon Pelanggan Lakukan	45
4.2.5 Apa yang Calon Pelanggan Khawatirkan	46
4.2.6 Apa yang Calon Pelanggan Inginkan	46
4.3 Validasi Pasar	49
4.4 Model Model Bisnis Baru Perusahaan	51
4.4.1 Proposisi Nilai	51
4.4.2 Segmen Pelanggan	52
4.4.3 Hubungan Pelanggan	53
4.4.4 Saluran	53
4.4.5 Arus Pendapatan	54
4.4.6 Mitra Kunci	55
4.4.7 Aktivitas Kunci	56
4.4.8 Sumber Daya Utama	56
4.4.9 Struktur Biaya	57
4.5 Pengembangan Model Bisnis	58
4.6 Analisis Kelayakan	59
4.6.1 Analisis Skenario Normal	59
4.6.3 Analisis Skenario Pesimis	68
4.7 Analisa Keuangan	70
4.8 Analisis Kelayakan Pengembangan Model Bisnis Secara Non-Ekonomi	75



4.8.1 Aspek Sosial	75
4.8.2 Aspek Budaya	75
4.8.3 Aspek Ekonomi	75

<i>RENCANA AKSI</i>	76
----------------------------	-----------

5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	76
5.2 Penanggung Jawab	78
5.3 Ukuran Kinerja	78