

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI TESIS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Pertanyaan Penelitian .....	9
3.1. Tujuan Penelitian.....	10
3.2. Manfaat Penelitian.....	10
3.3. Sistematika Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Model Bisnis.....	13
2.2. Kanvas Model Bisnis ( <i>Business Model Canvas</i> ).....	14
2.3. Klinik Estetika .....	17
2.4. Kanvas Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition Canvas</i> ) .....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Desain Penelitian .....	21
3.2. Sumber Data .....	22
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.4. Sumber Data Primer .....	24
3.4.1. Pelaku Usaha .....	25

4.4.3. Analisis Skenario Pesimis .....	53
<b>BAB V RENCANA AKSI</b> .....	<b>55</b>
5.1. Rencana Kegiatan .....	55
5.1.1. Tahap Persiapan .....	55
5.1.2. Tahap Pelaksanaan .....	55
5.1.3. Tahap Evaluasi .....	56
5.2. Indikator Keberhasilan .....	57
5.2.1. Waktu .....	58
5.2.2. Sumber Daya .....	59
5.2.3. Biaya .....	61
5.3. Strategi Keluar .....	63
5.3.1. Inovasi .....	63
5.3.2. Rebranding .....	64
5.3.3. Likuidasi .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Sumber dan metode pengumpulan data .....	24
Tabel 3.2. Data narasumber pelaku usaha.....	25
Tabel 3.3. Data narasumber calon pelanggan potensial .....	26
Tabel 3.4. Struktur wawancara.....	27
Tabel 4.1. Respon pengisian kuesioner mengenai pendapat orang-orang di sekitar terhadap produk kecantikan berbasis herbal .....	32
Tabel 4.2. Respon pengisian kuesioner mengenai pendapat responden sendiri terhadap produk kecantikan berbasis herbal .....	32
Tabel 4.3. Respon pengisian kuesioner mengenai tingkat ketertarikan responden terhadap produk kecantikan berbasis herbal .....	33
Tabel 4.4. Respon pengisian kuesioner mengenai apa yang dilakukan oleh responden apabila puas dalam menggunakan produk kecantikan berbasis herbal .....	33
Tabel 4.5. Respon pengisian kuesioner mengenai apa yang dilakukan oleh responden apabila tidak puas dalam menggunakan produk kecantikan berbasis herbal.....	34
Tabel 4.6 Respon pengisian kuesioner mengenai bentuk kekecewaan responden ketika menggunakan produk kecantikan berbasis herbal.....	35
Tabel 4.7. Respon pengisian kuesioner mengenai bentuk harapan responden ketika menggunakan produk kecantikan berbasis herbal.....	35
Tabel 4.8. Respon pengisian kuesioner mengenai jenis perawatan yang biasa digunakan oleh responden.....	36
Tabel 4.9. Respon pengisian kuesioner mengenai media yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai produk kecantikan .....	36
Tabel 4.10. Respon pengisian kuesioner mengenai anggaran yang disediakan responden untuk membeli produk kecantikan.....	37
Tabel 4.11. Pertanyaan pada elemen segmen pelanggan ( <i>customers segment</i> ) ....	38
Tabel 4.12. Pertanyaan pada elemen proposisi nilai ( <i>value proposition</i> ) .....	39
Tabel 4.13. Pertanyaan pada elemen saluran ( <i>channels</i> ) .....	39

Tabel 4.14. Pertanyaan pada elemen hubungan pelanggan ( <i>customer relationships</i> ) .....	40
Tabel 4.15. Pertanyaan pada elemen sumber pendapatan ( <i>revenue streams</i> ) .....	41
Tabel 4.16. Pertanyaan pada elemen sumber daya kunci ( <i>key resources</i> ) .....	42
Tabel 4.17. Pertanyaan pada elemen aktivitas kunci ( <i>key activities</i> ) .....	42
Tabel 4.18. Pertanyaan pada elemen mitra kunci ( <i>key partners</i> ) .....	43
Tabel 4.19. Pertanyaan pada elemen struktur biaya ( <i>cost structure</i> ) .....	44
Tabel 4.20. Pertanyaan pada elemen <i>customer job</i> .....	46
Tabel 4.21. Pertanyaan pada elemen <i>customer pain</i> .....	46
Tabel 4.22. Pertanyaan pada elemen <i>customer gain</i> .....	47
Tabel 4.23. Pertanyaan pada elemen <i>product &amp; services</i> .....	48
Tabel 4.24. Pertanyaan pada elemen <i>pain relievers</i> .....	49
Tabel 4.25. Pertanyaan pada elemen <i>gain creators</i> .....	50
Tabel 4.26. <i>Cash flow</i> pada skenario normal .....	52
Tabel 4.27. Analisis kelayakan ekonomi pada skenario normal .....	52
Tabel 4.28. <i>Cash flow</i> pada skenario optimis .....	53
Tabel 4.29. Analisis kelayakan ekonomi pada skenario optimis .....	53
Tabel 4.30. <i>Cash flow</i> pada skenario pesimis .....	54
Tabel 4.31. Analisis kelayakan ekonomi pada skenario pesimis. ....	54
Tabel 5.1. Rencana kegiatan usaha Sabila <i>Aesthetic Clinic</i> .....	57
Tabel 5.2. Sumber daya yang dimiliki oleh Sabila <i>Aesthetic Clinic</i> .....	60
Tabel 5.3. Biaya investasi awal Sabila <i>Aesthetic Clinic</i> .....	62
Tabel 5.4. Biaya operasional Sabila <i>Aesthetic Clinic</i> .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Diagram alir penelitian.....	22
Gambar 4.1. <i>Business Model Canvas</i> pada Sabila Aesthetic Clinic.....	45
Gambar 4.2. <i>Value Proposition Canvas</i> pada Sabila Aesthetic Clinic.....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara kepada Pelaku Usaha .....	67
Lampiran 2. Transkrip wawancara kepada Calon Pelanggan Potensial .....	72
Lampiran 3. Biaya investasi awal .....	79
Lampiran 4. Biaya operasional .....	81
Lampiran 5. Laporan penjualan ( <i>sales</i> ) pada skenario normal .....	83
Lampiran 6. <i>Cash flow</i> pada skenario normal.....	85
Lampiran 7. Perhitungan <i>payback period</i> , <i>internal rate of return</i> , dan <i>net present value</i> pada skenario normal.....	86
Lampiran 8. Laporan penjualan ( <i>sales</i> ) pada skenario optimis.....	87
Lampiran 9. <i>Cash flow</i> pada skenario optimis .....	89
Lampiran 10. Perhitungan <i>payback period</i> , <i>internal rate of return</i> , dan <i>net present value</i> pada skenario optimis .....	90
Lampiran 11. Laporan penjualan ( <i>sales</i> ) pada skenario pesimis .....	91
Lampiran 12. <i>Cash flow</i> pada skenario pesimis.....	93
Lampiran 13. Perhitungan <i>payback period</i> , <i>internal rate of return</i> , dan <i>net present value</i> pada skenario pesimis.....	94