

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal.....	1
1.2. Lingkungan Internal	8
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Pertanyaan Penelitian	12
1.5. Tujuan Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
1.7. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1. Layanan Psikologi	16
2.2. Platform Digital	17
2.3. Peta Empati.....	17



2.4.	Kanvas Model Bisnis.....	19
2.4.1.	Segmen Pelanggan.....	20
2.4.2.	Proposisi Nilai	20
2.4.3.	Saluran	21
2.4.4.	Hubungan Pelanggan.....	22
2.4.5.	Aliran Pendapatan.....	22
2.4.6.	Sumber Daya Utama.....	23
2.4.7.	Aktivitas Utama.....	24
2.4.8.	Mitra Utama.....	25
2.4.9.	Struktur Biaya.....	26
2.5.	Analisis Kelayakan Bisnis	26
2.5.1.	Analisis Kelayakan Ekonomi	27
2.6.	Analisis Sensitivitas	28
2.7.	Strategi Keluar	29
BAB III	METODE PENELITIAN	30
2.1.	Desain Penelitian.....	30
2.2.	Unit Analisis.....	30
2.3.	Metode Pengumpulan Data	31
2.3.1.	Wawancara	32
2.3.2.	Survei	33
2.4.	Teknik Analisis Data	35
2.5.	Metode Analisis Data	36
2.6.	Kualitas Penelitian.....	37
BAB IV	STRATEGI DAN RENCANA	39



4.1.	Analisis Wawancara dengan Pelaku Usaha	39
4.1.1.	Segmen Pelanggan	40
4.1.2.	Proposisi Nilai	40
4.1.3.	Saluran	41
4.1.4.	Hubungan Pelanggan	41
4.1.5.	Aktivitas Utama	42
4.1.6.	Mitra Utama	42
4.1.7.	Sumber Daya Utama	43
4.1.8.	Alur Pendapatan	43
4.1.9.	Struktur Biaya	44
4.2.	Analisis Wawancara dengan Peta Empati Psikolog	45
4.2.1.	Apa yang Psikolog Lihat	46
4.2.2.	Apa yang Psikolog Pikirkan dan Rasakan	47
4.2.3.	Apa yang Psikolog Dengar	49
4.2.4.	Apa yang Psikolog Katakan dan Lakukan	50
4.2.5.	Apa yang Psikolog Khawatirkan	52
4.2.6.	Apa yang Psikolog Ingin Dapatkan	53
4.3.	Analisis Wawancara dan Survei Peta Empati Calon Pelanggan	55
4.3.1.	Apa yang Pelanggan Lihat	59
4.3.2.	Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan	61
4.3.3.	Apa yang Pelanggan Dengar	67
4.3.4.	Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan	68
4.3.5.	Apa yang Pelanggan Khawatirkan	71
4.3.6.	Apa yang Pelanggan Ingin Dapatkan	73
4.4.	Perancangan Model Bisnis Ceritakan.ID	75



4.4.1. Segmen Pelanggan	75
4.4.2. Proposisi Nilai	77
4.4.3. Saluran	80
4.4.4. Hubungan Pelanggan	82
4.4.5. Aktivitas Utama	83
4.4.6. Mitra Utama	86
4.4.7. Sumber Daya Utama	89
4.4.8. Aliran Pendapatan	90
4.4.9. Struktur Biaya	92
4.5. Analisis Kelayakan Ekonomi	95
4.5.1. Analisis Skenario Normal	96
4.5.2. Analisis Skenario Optimis	97
4.5.3. Analisis Skenario Pesimis	98
4.6. Proses Operasional dan Desain Aplikasi Ceritakan.ID	99
4.7. Strategi Keluar	105
BAB V RENCANA AKSI	106
5.1. Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	106
5.1.1. Tahap Persiapan	107
5.1.1. Tahap Realisasi Pelaksanaan	107
5.1.1. Tahap Evaluasi	108
5.2. Penanggung Jawab Kegiatan	109
5.3. Ukuran Kinerja	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115