

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	1
1.2 Analisis Lingkungan Internal	6
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Industri Alat Perlengkapan Bayi	12
2.2 Model Bisnis	13
2.2.1 <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)	15
2.2.2 <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai)	18
2.2.3 <i>Channel</i> (Saluran)	20

2.2.4	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	21
2.2.5	<i>Revenue Stream</i> (Arus Pendapatan)	22
2.2.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	24
2.2.7	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	25
2.2.8	<i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)	26
2.2.9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	27
2.3	Kerangka Kerja Model Bisnis	28
2.4	Platform Digital	29
2.5	<i>Multisided Platform</i>	30
2.6	<i>Empathy Map</i> (Peta Empati)	31
2.7	<i>Bargaining Price</i> (Tawar-Menawar Harga)	32
2.8	Sensitivitas Harga	33
2.9	Aspek Kelayakan Finansial	34
2.9.1	<i>Net Present Value</i> (NPV)	35
2.9.2	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	36
2.9.3	<i>Payback Period</i> (PP)	38
2.10	Analisis Sensitivitas	39
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Level dan Unit Analisis	42
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	42
3.3.1	Sumber Data	43
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	44
3.4	Metode Analisis Data	50
BAB IV	RENCANA DAN STRATEGI	55

4.1	Gambaran Bisnis Perusahaan <i>Multisided Platform</i> (Bukalapak)	55
4.1.1	Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>)	57
4.1.2	Aktivitas Kunci (<i>Key Activity</i>)	58
4.1.3	Mitra Kunci (<i>Key Partner</i>)	61
4.1.4	Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segment</i>)	65
4.1.5	Saluran (<i>Channel</i>)	67
4.1.6	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	69
4.1.7	Sumber Daya Utama (<i>Key Resource</i>)	70
4.1.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	72
4.1.9	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	74
4.2	Gambaran Bisnis Penyewaan Alat Perlengkapan Bayi (KenKen House)	75
4.2.1	Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>)	78
4.2.2	Aktivitas Kunci (<i>Key Activity</i>)	79
4.2.3	Mitra Kunci (<i>Key Partner</i>)	80
4.2.4	Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segment</i>)	81
4.2.5	Saluran (<i>Channel</i>)	82
4.2.6	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	82
4.2.7	Sumber Daya Utama (<i>Key Resource</i>)	83
4.2.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	84
4.2.9	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	85
4.3	Analisis Peta Empati	86
4.3.1	Analisis Peta Empati Calon Pihak Penyewa	88
4.3.2	Analisis Peta Empati Calon Pihak <i>Lessor</i>	107
4.4	Perancangan Model Bisnis <i>Multisided Platform</i> BabyRainbow	126
4.4.1	Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>)	127

4.4.2	Aktivitas Kunci (<i>Key Activity</i>)	129
4.4.3	Mitra Kunci (<i>Key Partner</i>)	132
4.4.4	Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segment</i>)	134
4.4.5	Saluran (<i>Channel</i>)	134
4.4.6	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	135
4.4.7	Sumber Daya Utama (<i>Key Resource</i>)	136
4.4.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	138
4.4.9	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	141
4.5	Analisis Kelayakan Keuangan	144
4.5.1	Analisis Skenario <i>Moderate</i> (Normal)	144
4.5.2	Analisis Skenario Pesimis	146
4.5.3	Analisis Skenario Optimis	148
4.6	Gambaran Proses Operasional dan Desain Platform BabyRainbow	149
4.6.1	Gambaran Proses Operasional Pengiriman Barang	153
4.6.2	Gambaran Proses Operasional Pengembalian Barang	155
4.7	Strategi Keluar (<i>Exit Strategy</i>)	157
BAB V	RENCANA AKSI	159
5.1	Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	159
5.1.1	Tahap Persiapan	159
5.1.2	Tahap Pelaksanaan	160
5.1.3	Tahap Evaluasi	161
5.2	Penanggung Jawab Kegiatan	162
5.3	Ukuran Kinerja Usaha	163
	DAFTAR PUSTAKA	165
	LAMPIRAN.....	170

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Indonesia Population Projection</i> Tahun 2010-2035	2
Tabel 1.2	Pertumbuhan dan Perkembangan Bayi	4
Tabel 2.1	Tahapan <i>Channel</i>	21
Tabel 2.2	Kategori Platform Digital.....	29
Tabel 3.1	Jenis dan Sumber Data	44
Tabel 3.2	Metode Pengumpulan Data	48
Tabel 3.3	Tahapan Metode Analisis	53
Tabel 4.1	Hasil Data Pribasi Responden Calon Pihak Penyewa.....	88
Tabel 4.2	Hasil Data Perilaku Responden terhadap Model Bisnis Penyewaan Alat Perlengkapan Bayi	90
Tabel 4.3	Hasil Data Apa yang Pelanggan Lihat (<i>See</i>)	92
Tabel 4.4	Hasil Data Apa yang Pelanggan Dengar (<i>Hear</i>)	94
Tabel 4.5	Hasil Data Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan (<i>Think and Feel</i>)	96
Tabel 4.6	Hasil Data Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan (<i>Say and Do</i>)	100
Tabel 4.7	Hasil Data Apa yang Pelanggan Khawatirkan (<i>Pain</i>).....	103
Tabel 4.8	Hasil Data Apa yang Pelanggan Ingin Dapatkan (<i>Gain</i>)	105
Tabel 4.9	Peta Empati Calon Pihak Penyewa	106
Tabel 4.10	Hasil Data Pribadi Calon Pihak <i>Lessor</i>	108
Tabel 4.11	Hasil Data Responden Terkait Kepemilikan Alat Perlengkapan Bayi	109
Tabel 4.12	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Lihat (<i>See</i>)	111

Tabel 4.13	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Dengar (<i>Hear</i>)	113
Tabel 4.14	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Pikirkan dan Rasakan (<i>Think and Feel</i>)	115
Tabel 4.15	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Katakan dan Lakukan (<i>Say and Do</i>)	119
Tabel 4.16	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Khawatirkan (<i>Pain</i>)	122
Tabel 4.17	Hasil Data Apa yang <i>Lessor</i> Ingin Dapatkan (<i>Gain</i>)	124
Tabel 4.18	Peta Empati Calon Pihak <i>Lessor</i>	126
Tabel 4.19	Rincian Investasi Awal BabyRainbow	138
Tabel 4.20	Biaya Operasional Tahun Pertama BabyRainbow	139
Tabel 4.21	Biaya Operasional Tahun Kedua dan seterusnya BabyRainbow	140
Tabel 4.22	Rincian Gaji BabyRainbow	140
Tabel 4.23	Aliran Pendapatan BabyRainbow	142
Tabel 4.24	Analisis Keuangan Skenario <i>Moderate</i> (Normal)	145
Tabel 4.25	Analisis Keuangan Skenario Pesimis	147
Tabel 4.26	Analisis Keuangan Skenario Optimis	148
Tabel 5.1	Posisi dan Tanggung Jawab pada BabyRainbow	163
Tabel 5.2	Indikator Ukuran Kinerja	164

Gambar 1.1	Proyeksi Jumlah Angka Kelahiran Indonesia Tahun 2015-2045	3
Gambar 1.2	Logo BabyRainbow.....	6
Gambar 2.1	Kanvas Model Bisnis	15
Gambar 2.2	Kerangka Kerja Model Bisnis	28
Gambar 2.3	<i>Empathy Map</i>	32
Gambar 4.1	Wawancara Bersama Muhammad Isnain Al Risqi (Product Manager dari Bukalapak)	57
Gambar 4.2	Akun Instagram KenKen House	77
Gambar 4.3	Wawancara dan Pengisian Survei oleh Endha Dwi (Pemilik KenKen House)	78
Gambar 4.4	Kanvas Model Bisnis BabyRainbow.....	143
Gambar 4.5	Desain Halaman Utama Platform BabyRainbow	150
Gambar 4.6	Proses Penawaran pada Platform BabyRainbow	151
Gambar 4.7	Proses Pembayaran pada Platform BabyRainbow	152
Gambar 4.8	Proses Pengiriman Barang oleh Pihak Lessor.....	154
Gambar 4.9	Estimasi Waktu dan Konfirmasi Barang Sampai oleh Pihak Penyewa.....	155
Gambar 4.10	Notifikasi Peningat Pengembalian Barang.....	156
Gambar 4.11	Proses Pengembalian dan Penerimaan Barang.....	157
Gambar 5.1	Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	162

LAMPIRAN 1	Transkrip Wawancara Narasumber I Pihak <i>Expertise</i> dan Praktisi pada Model Bisnis Berpola <i>Multisided</i> Berbasis Platform yang Berposisi sebagai <i>Product Manager</i> (Manajer Produk) di Bukalapak 170
LAMPIRAN 2	Transkrip Wawancara Narasumber II Pihak Pemilik atau <i>Owner</i> Usaha Penyewaan Alat Perlengkapan Bayi 183
LAMPIRAN 3	Kuesioner Penelitian Teruntuk Calon Penyewa 190
LAMPIRAN 4	Kuesioner Penelitian Teruntuk Pihak yang Menyewakan 198