

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I .....	1
1.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	1
1.2 Analisis Lingkungan Internal .....	16
1.3 Rumusan Masalah .....	19
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	20
1.5 Tujuan Penelitian.....	20
1.6 Manfaat Penelitian.....	21
1.7 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II.....	23
2.1 Industri Kosmetik di Indonesia .....	23
2.2 Model Bisnis.....	28
2.3 Inovasi Model Bisnis.....	35
2.4 Peta Empati.....	42
BAB III .....	46
3.1 Desain Penelitian .....	46
3.2 Unit Analisis.....	46
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4 Kualitas Penelitian.....	51

3.5 Informan Penelitian .....	52
3.7 Metode Analisis Data .....	54
BAB IV .....	55
4.1 Model Bisnis CV. Aristo Makmur Saat Ini .....	55
4.1.1 Proposisi Nilai.....	60
4.1.2 Segmen Konsumen .....	61
4.1.3 Hubungan Pelanggan .....	62
4.1.4 Saluran .....	63
4.1.5 Arus Pendapatan .....	64
4.1.6 Sumber Daya Utama.....	68
4.1.7 Aktivitas Kunci.....	72
4.1.8 Mitra Kunci.....	75
4.1.9 Struktur Biaya.....	76
4.2 Model Bisnis Glow Industri selaku Kompetitor.....	78
4.2.1 Proposisi Nilai.....	80
4.2.2 Segmen Konsumen .....	82
4.2.3 Hubungan Pelanggan .....	83
4.2.4 Saluran .....	85
4.2.5 Arus Pendapatan .....	86
4.2.6 Sumber Daya Utama.....	86
4.2.7 Aktivitas Kunci .....	88
4.2.8 Mitra Kunci.....	89
4.2.9 Struktur Biaya.....	89
4.3 Analisis Peta Empati .....	90
4.3.1 Apa yang Calon Pelanggan Lihat .....	92
4.3.2 Apa yang Calon Pelanggan Pikir.....	93
4.3.3 Apa yang Calon Pelanggan Dengar .....	95
4.3.4 Apa yang Calon Pelanggan Lakukan dan Ucapkan.....	97

4.3.5 Apa yang Calon Pelanggan Khawatirkan .....	99
4.3.6 Apa yang Calon Pelanggan Ingin.....	101
4.4 Validasi Pasar .....	104
4.5 Model Bisnis Baru CV. Aristo Makmur .....	106
4.1.1 Proposisi Nilai.....	106
4.1.1.1 Proposisi Nilai Pengembangan Maklon Kosmetik Organik .....	107
4.1.1.2 Proposisi Nilai Pengembangan Produk Merk Sendiri .....	109
4.1.2 Segmen Konsumen .....	112
4.1.2.1 Segmen Konsumen Pengembangan Maklon Kosmetik Organik.....	112
4.1.2.2 Segmen Pelanggan Pengembangan Produk Merk Sendiri.....	112
4.1.3 Hubungan Pelanggan .....	114
4.1.3.1 Hubungan Pelanggan Pengembangan Produk Merk Sendiri.....	114
4.1.3.2 Hubungan Pelanggan Pengembangan Produk Merk Sendiri.....	114
4.1.4 Saluran .....	116
4.1.5 Arus Pendapatan .....	117
4.1.6 Sumber Daya Utama.....	119
4.1.7 Aktivitas Kunci .....	120
4.1.8 Mitra Kunci.....	121
4.1.9 Struktur Biaya .....	122
4.6 Pengembangan Model Bisnis .....	123
4.6.1 Pengembangan Model Bisnis Terpacu pada Penawara .....	123
4.6.2 Pengembangan Model Bisnis Terpacu pada Pelanggan .....	124
4.7 Analisis Kelayakan Pengembangan Model Bisnis Secara Ekonomi.....	127
4.7.1 Analisis Skenario Normal .....	127
4.7.2 Analisis Sensitivitas Keuangan.....	148
4.7.3 Analisis Delta Perubahan Sebelum dan Sesudah Pengembangan .....	152
BAB V.....	154
5.1 Matriks Kegiatan .....	154

5.2 Ukuran Kerja .....	159
5.2.1 Pengembangan Jasa Maklon Kosmetik Herbal .....	159
5.2.2 Pengembangan Produk Merk Sendiri .....	160
DAFTAR PUSTAKA .....	161
LAMPIRAN 1 .....	165
VERBATIM WAWANCARA KEPADA DIREKTUR CV. ARISTO MAKMUR.	165
LAMPIRAN 2 .....	175
VERBATIM WAWANCARA OWNER CV.GLOW INDUSTRI.....	175
LAMPIRAN 3 .....	182
PANDUAN WAWANCARA.....	182
LAMPIRAN 4 .....	185
LAMPIRAN 5 .....	190
LAMPIRAN 6 .....	193
LAMPIRAN 7 .....	195
LAMPIRAN 8 .....	196
LAMPIRAN 10 .....	201