



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Analisis Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Analisis Internal.....	7
1.2.1 Kekuatan dan Kelemahan.....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian .....	11
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI .....	13
2.1 Bulk Store .....	13
2.2 Ekonomi Sirkular .....	14
2.3 Produk Kebutuhan Rumah Tangga.....	15
2.4 Layanan Pengiriman .....	16
2.5 Pemasaran Sosial .....	18



<b>2.6 Model Bisnis</b> .....	<b>19</b>
<b>2.7 Kanvas Model Bisnis</b> .....	<b>20</b>
<b>2.7.1 Segmen Pelanggan (Customer Segment)</b> .....	<b>21</b>
<b>2.7.2 Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationship)</b> .....	<b>23</b>
<b>2.7.3 Proposisi Nilai (Value Proposition)</b> .....	<b>24</b>
<b>2.7.4 Saluran (Channels)</b> .....	<b>26</b>
<b>2.7.5 Sumber Daya Kunci (Key Resources)</b> .....	<b>29</b>
<b>2.7.6 Kegiatan Inti (Key Activities)</b> .....	<b>30</b>
<b>2.7.7 Kemitraan Kunci (Key Partners)</b> .....	<b>30</b>
<b>2.7.8 Aliran Pendapatan (Revenue Stream)</b> .....	<b>31</b>
<b>2.7.9 Struktur Biaya (Cost Structure)</b> .....	<b>32</b>
<b>2.8 Peta Empati</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>3.2 Unit Analisis</b> .....	<b>37</b>
<b>3.3 Sumber Data</b> .....	<b>38</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>38</b>
<b>3.5 Metode Analisis Data</b> .....	<b>45</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>47</b>
<b>STRATEGI DAN RENCANA</b> .....	<b>47</b>
<b>4.1 Peta Empati</b> .....	<b>47</b>
<b>4.1.1 Apa yang dilihat pelanggan</b> .....	<b>48</b>
<b>4.1.2 Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan</b> .....	<b>50</b>
<b>4.1.3 Apa yang dipikirkan dan dirasakan pelanggan</b> .....	<b>54</b>
<b>4.1.4 Apa yang didengar pelanggan</b> .....	<b>56</b>
<b>4.1.5 Apa permasalahan yang dihadapi</b> .....	<b>59</b>
<b>4.1.6 Apa keuntungan yang diperoleh</b> .....	<b>61</b>
<b>4.2 Hasil Wawancara dengan Pelaku Bisnis</b> .....	<b>63</b>



<b>4.3 Hasil Data Observasi .....</b>	<b>67</b>
<b>4.4 Kanvas Model Bisnis .....</b>	<b>72</b>
<b>a. Key Partners.....</b>	<b>72</b>
<b>b. Key Activity .....</b>	<b>74</b>
<b>c. Key Resources .....</b>	<b>74</b>
<b>d. Value Proposition.....</b>	<b>75</b>
<b>e. Customer Relationship .....</b>	<b>77</b>
<b>f. Channel .....</b>	<b>77</b>
<b>g. Customer Segment.....</b>	<b>77</b>
<b>h. Cost Structure .....</b>	<b>78</b>
<b>i. Revenue Stream .....</b>	<b>82</b>
<b>4.5 Analisis Kelayakan .....</b>	<b>87</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>89</b>
<b>RENCANA AKSI.....</b>	<b>89</b>
<b>5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....</b>	<b>89</b>
<b>5.2 Tugas dan Tanggung Jawab .....</b>	<b>92</b>
<b>5.3 Exit Strategy .....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>