

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Definisi Model Bisnis.....	16
2.2 Komponen Model Bisnis .....	17
2.2.1 Segmen Pelanggan.....	18
2.2.2 Proposisi Nilai .....	20
2.2.3 Saluran.....	23
2.2.4 Hubungan Pelanggan.....	24
2.2.5 Arus Pendapatan.....	26
2.2.6 Sumber Daya Utama.....	28
2.2.7 Aktivitas Kunci .....	29
2.2.8 Mitra Kunci .....	31
2.2.9 Struktur Biaya.....	32
2.3 Produk Fesyen .....	34
2.3.1 Macam-Macam Produk Fesyen .....	35

2.4 Jual Beli <i>Online</i> .....	36
2.5 Otentikasi pada Produk.....	39
2.6 Platform .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Unit Analisis .....	43
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4 Analisis Data.....	52
3.4.1 Analisis Data Kualitatif .....	52
3.4.2 Analisis Data Kuantitatif .....	56
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>58</b>
4.1 Model Bisnis Jual Beli Produk Fesyen Branded Bekas	
Secara Konvensional Saat Ini Pada Denai Thrift .....	58
4.1.1 Segmen Pelanggan.....	58
4.1.1 Proposisi Nilai .....	59
4.1.2 Hubungan Pelanggan.....	59
4.1.3 Saluran.....	61
4.1.4 Arus Pendapatan.....	61
4.1.5 Sumber Daya Utama.....	62
4.1.6 Mitra Kunci .....	62
4.1.7 Aktivitas Kunci.....	63
4.1.8 Struktur Biaya.....	63
4.2 Model Bisnis Jual Beli Produk Fesyen Branded Bekas	
Secara Online Pada Akun Online Shop	
@PrelovedBranded_Sby .....	64
4.2.1 Segmen Pelanggan.....	64
4.2.2 Proposisi Nilai .....	65
4.2.3 Hubungan Pelanggan.....	66
4.2.4 Saluran.....	66
4.2.5 Arus Pendapatan.....	67
4.2.6 Sumber Daya Utama.....	68

4.2.7	Aktivitas Kunci .....	68
4.2.8	Mitra Kunci .....	69
4.2.9	Struktur Biaya .....	69
4.3	Model Bisnis Jual Beli Produk Fesyen Branded Bekas Secara Online dan Konvensional di Barkas Charity Sleman.....	70
4.3.1	Segmentasi Pelanggan .....	70
4.3.2	Proporsi Nilai .....	71
4.3.3	Hubungan Pelanggan.....	72
4.3.4	Saluran .....	72
4.3.5	Arus Pendapatan.....	73
4.3.6	Sumber Daya Utama .....	73
4.3.7	Aktivitas Kunci .....	74
4.3.8	Mitra Kunci .....	74
4.3.9	Struktur Biaya .....	75
4.4	Analisis terhadap Model Bisnis Denai Thrift, Preloved Branded Surabaya, dan Berkas Charity Sleman .....	76
4.4.1	Analisis terhadap Model Bisnis Denai Thrift .....	78
4.4.2	Preloved Branded Surabaya .....	82
4.4.3	Berkas Charity Sleman.....	86
4.5	Rancangan Model Bisnis Prelova.com Sebagai E-commerce Penjualan Produk Bekas Fesyen Bermerek ..	89
4.5.1	Profil Prelova.com .....	89
4.5.2	Sembilan <i>Building Block</i> untuk Prelova.com .....	91
4.6	Analisis Kelayakan Rancangan Model Bisnis Prelova.com Secara Ekonomi .....	98
4.6.1	Analisis Skenario Normal .....	98
4.6.2	Analisis Skenario Optimis .....	99
4.6.3	Analisis Skenario Pesimis .....	101
4.7	Analisis Kelayakan Model Bisnis Prelova.com Secara Non-Ekonomi .....	103

4.7.1 Aspek Sosial .....	104
4.7.2 Aspek Budaya .....	104
4.7.3 Aspek Lingkungan.....	105
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>106</b>
5.1 Rencana Kegiatan .....	106
5.2 Penanggung Jawab .....	107
5.3 Ukuran Kinerja .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>