

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Pertanyaan Penelitian	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13

2.1 Industri Udang Vaname.....	13
2.2 Internet Untuk Segala	14
2.3 Penolokukuran	14
2.4 Peta Empati.....	15
2.5 Definisi Model Bisnis.....	18
2.6 Komponen Model Bisnis	19
2.6.1 Segmen Pelanggan	20
2.6.2 Proposisi Nilai	22
2.6.3 Saluran	24
2.6.4 Hubungan Pelanggan	26
2.6.5 Arus Pendapatan	27
2.6.6 Sumber Daya	29
2.6.7 Aktivitas Kunci	30
2.6.8 Mitra Kunci.....	32
2.6.9 Struktur Biaya	34
2.7 Analisis konten kualitatif.....	36
2.8 Rencana Keuangan Perusahaan	38
2.9 Analisis kelayakan finansial	39
2.10 Analisis kelayakan Hukum.....	40
2.11 Analisis kelayakan Sosial	40
2.12 Analisis kelayakan Lingkungan	41

2.13 Analisis Risiko	42
2.14 Strategi Keluar	43
2.15 Analisis Sensivitas	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Desain Penelitian	47
3.2. Level dan Unit Analisis	47
3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	47
3.4. Instrumen Penelitian	50
3.4 Metode Analisis Data	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Wawancara Kepada Perusahaan eFishery (PT Multidaya Teknologi Nusantara)	59
4.1.1 Rasa Sakit Pelanggan	62
4.1.2 Pelanggan Katakan dan Lakukan	64
4.1.3 Pelanggan Lihat	66
4.1.4 Pelanggan Pikirkan	67
4.1.5 Keuntungan Pelanggan	69
4.1.6 Pelanggan Dengar	70
4.2 Hasil Wawancara Kepada Perusahaan Aruna Jaya Nusantara	71
4.2.1 Rasa Sakit Pelanggan	73
4.2.2 Pelanggan Katakan dan Lakukan	77

4.2.3 Pelanggan Lihat	80
4.2.4 Pelanggan Pikirkan	82
4.2.5 Pelanggan Dengar	85
4.3.6 Keuntungan Pelanggan	86
4.3 Model Bisnis BPBAP Situbondo	92
4.3.1 Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segment</i>).....	94
4.3.2 Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>).....	96
4.3.3 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	97
4.3.4 Saluran (<i>Channel</i>)	99
4.3.5 Aktivitas Kunci (<i>Key Activity</i>).....	100
4.3.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resource</i>)	102
4.3.7 Mitra Kunci (<i>Key Partner</i>)	104
4.3.8 Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	105
4.3.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	106
4.4 Perancangan Bisnis Model Tambak Udang Vaname Terdigitalisasi	108
4.4.1 Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>).....	108
4.4.2 Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segment</i>).....	111
4.4.3 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	112
4.4.4 Saluran (<i>Channel</i>)	113
4.4.5 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	115
4.4.6 Mitra Kunci (<i>Key Partner</i>)	116
4.4.7 Sumber Daya Utama (<i>Key Resource</i>)	117
4.4.8 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	119

4.4.9 Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	123
4.5. Analisis Kelayakan Keuangan.....	127
4.5.1 Analisis Skenario <i>Moderate</i> (Normal).....	127
4.5.2 Analisis Skenario Optimis	129
4.5.3 Analisis Skenario Pesimis.....	132
4.6 Desain Tambak Udang Vaname	134
4.6.1. Konstruksi dan Dimensi Kolam.....	135
4.6.2 Tata Letak dan Saran Pendukung	136
4.6.3 Teknologi Digitalisasi.....	138
4.7 Strategi Keluar (<i>Exit Strategy</i>)	139
BAB V RENCANA AKSI.....	141
5.1 Matriks Kegiatan	141
5.1.1 Tahapan Persiapan	142
5.1.2 Tahapan Pelaksanaan	143
5.1.3 Tahapan Evaluasi	144
5.2 Ukuran Kinerja Usaha	146
5.2.1 Ukuran Kinerja Pada Pemasaran	147
5.2.2 Ukuran Kinerja Keuangan	148
5.2.3 Ukuran kinerja Kemitraan bisnis	150
5.2.4 Ukuran Kinerja Pengembangan Bisnis	151
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	140