

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	8
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Lingkup Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Model Bisnis	16
2.1.1 Definisi Model Bisnis.....	16
2.1.2 Tujuan Model Bisnis	17
2.1.3 Elemen Model Bisnis Kanvas	18
2.2 Peta Empati (<i>Emphaty Map</i>).....	24
2.2.1 Definisi Peta Empati.....	24
2.2.2 Enam Poin Peta Empati	25
2.3 Fesyen/mode (<i>fashion</i>)	27

2.4 Perdagangan Elektronik (<i>Electronic Commerce</i>)	31
2.5 Kerangka Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Unit Analisis	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1 Wawancara.....	35
3.3.2 Survei.....	37
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.5 Metode Analisis Data	42
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	45
4.1 Analisis Wawancara Model Bisnis Vintage House	45
4.1.1 Segmen Pelanggan	46
4.1.2 Proposisi Nilai.....	46
4.1.3 Saluran	47
4.1.4 Hubungan Pelanggan.....	48
4.1.5 Aktivitas Utama	49
4.1.6 Mitra Utama	50
4.1.7 Sumber Daya Utama.....	51
4.1.8 Aliran Pendapatan	52
4.1.9 Struktur Biaya	53
4.2 Analisis Survei Peta Empati Calon Pelanggan Potensial	54
4.2.1 Apa yang Calon Pelanggan Lihat.....	59
4.2.2 Apa yang Calon Pelanggan Dengar.....	63
4.2.3 Apa yang Calon Pelanggan Rasakan dan Pikirkan	65
4.2.4 Apa yang Calon Pelanggan Katakan dan Lakukan	68
4.2.5 Rasa Sakit/Keresahan dari Calon Pelanggan	70
4.2.6 Perolehan/Harapan	74
4.3 Perancangan Model Bisnis Rabel	78
4.3.1 Segmen Pelanggan	78
4.3.2 Proposisi Nilai.....	79
4.3.3 Saluran	82
4.3.4 Hubungan Pelanggan.....	84
4.3.5 Aktivitas Utama	85
4.3.6 Mitra Utama	87

4.3.7 Sumber Daya Utama.....	88
4.3.8 Aliran Pendapatan	88
4.3.9 Struktur Biaya	89
4.4 Analisis Kelayakan Bisnis	93
4.4.1 Analisis Skenario Normal.....	94
4.4.2 Analisis Skenario Optimis	96
4.4.3 Analisis Skenario Pesimis.....	97
4.4 Desain Produk Rrabel.....	98
4.5 Strategi Keluar	100
BAB V RENCANA AKSI	102
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	102
5.1.1 Tahap Persiapan	102
5.1.2 Tahap Pelaksanaan	103
5.1.3 Tahap Evaluasi	104
5.2 Penanggung Jawab	105
5.3 Ukuran Kinerja.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	110