

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Model Bisnis	12
2.1.1 Segmen Pelanggan	13
2.1.2 Proposisi Nilai.....	14
2.1.3 Saluran	15
2.1.4 Hubungan Pelanggan	16
2.1.5 Arus Penerimaan.....	17
2.1.6 Sumber Daya Utama	18
2.1.7 Aktivitas Kunci	19
2.1.8 Kemitraan Kunci.....	20
2.1.9 Struktur Biaya	21
2.2 Peta Empati	22
2.3 Toko Hadiah.....	24
2.4 Sektor Pariwisata	25
2.5 Sektor Kuliner.....	26
2.6 Sektor Fesyen.....	26
2.7 Sektor Kriya.....	27
2.8 Aliansi Strategis non-Kompetitor	27

2.9 Analog & Antilog	28
2.10 Kurasi Hadiah	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Unit Analisis	31
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4 Metode Analisis Data.....	35
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	36
4.1 Model Bisnis Serupa	36
4.1.1 Segmen Pelanggan	37
4.1.2 Proposisi Nilai.....	38
4.1.3 Saluran	40
4.1.4 Hubungan Pelanggan	40
4.1.5 Arus Penerimaan.....	41
4.1.6 Sumber Daya Utama	41
4.1.7 Aktivitas Kunci	42
4.1.8 Kemitraan Kunci	42
4.1.9 Struktur Biaya	43
4.2 Analog dan Antilog.....	44
4.3 Peta Empati Calon Pelanggan Potensial	45
4.3.1 Tujuan	46
4.3.2 Apa yang Calon Pelanggan Potensial Lihat	46
4.3.3 Apa yang Calon Pelanggan Potensial Katakan	48
4.3.4 Apa yang Calon Pelanggan Potensial Lakukan	51
4.3.5 Apa yang Calon Pelanggan Potensial Dengar.....	52
4.3.6 Apa yang Calon Pelanggan Potensial Pikir dan Rasakan	56
4.4 Validasi Ketertarikan Responden.....	59
4.5 Peta Empati Calon Mitra Potensial	60
4.5.1 Tujuan	60
4.5.2 Apa yang Calon Mitra Potensial Lihat.....	61
4.5.3 Apa yang Calon Mitra Potensial Katakan.....	63
4.5.4 Apa yang Calon Mitra Potensial Lakukan	65
4.5.5 Apa yang Calon Mitra Potensial Dengar	67

4.5.6 Apa yang Calon Mitra Potensial Pikir dan Rasakan	68
4.6 Model Bisnis Toko Hadiah “Pop the Aesthetic”	70
4.6.1 Segmen Pelanggan	70
4.6.2 Proposisi Nilai	71
4.6.3 Saluran	73
4.6.4 Hubungan Pelanggan	75
4.6.5 Arus Pendapatan	76
4.6.6 Sumber Daya Utama	77
4.6.7 Aktivitas Kunci	77
4.6.8 Kemitraan Kunci	78
4.6.9 Struktur Biaya	79
4.7 Modal Investasi Awal Pop the Aesthetic	81
4.8 Biaya Operasional Pop the Aesthetic	82
4.9 Proyeksi Arus Kas	83
4.10 Analisis Kelayakan Model Bisnis Secara Finansial	87
4.11 Analisis Kelayakan Model Bisnis Secara Non-Finansial	88
BAB V KESIMPULAN DAN RENCANA AKSI	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Rencana Aksi	90
5.2.1 Rencana Kegiatan dan Waktu	90
5.3 Penanggung Jawab	97
5.4 Tujuan Dan Kriteria Keberhasilan	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105