

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal	1
1.2 Lingkungan Internal	9
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.7 Sistematika Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Definisi Model Bisnis	18
2.1 Kanvas Model Bisnis	20
2.1.1 Segmen Pelanggan	21
2.1.2 Proposisi Nilai	26
2.1.3 Saluran	31
2.1.4 Hubungan Pelanggan	32
2.1.5 Arus Pendapatan	34
2.1.6 Sumber Daya Kunci	36
2.1.7 Aktivitas Kunci	38
2.2.8 Struktur Biaya	40
2.2 Pengembangan Model Bisnis	42
2.2.1 Terpacu oleh Sumber Daya	44
2.2.2 Terpacu oleh Penawaran	45
2.2.4 Terpacu oleh Keuangan	46
2.2.5 Terpacu oleh Beberapa Pusat	47
2.3 Pola Model Bisnis	48
2.3.1 Pola Model Bisnis <i>Unbundling</i>	49
2.3.2 Pola Model Bisnis Ekor Panjang (<i>Long Tail</i>)	50
2.3.3 Pola Model Bisnis <i>Multi-Sided Platforms</i>	51
2.3.4 Pola Model Bisnis <i>Open</i>	52
2.3.5 Pola Model Bisnis <i>Freemium</i>	53
2.4 MOOC	56
2.5 Pelatihan Perencanaan Karier berbasis Daring	61
2.6 Jenis-Jenis Pelatihan Perencanaan Karier berbasis Daring	62
BAB III METODE PENELITIAN	65
3.1 Desain Penelitian	65
3.2 Unit Analisis	65

5.3 Metode Pengumpulan Data	66
5.3.1 Survei	67
5.3.2 Wawancara	70
5.4 Kualitas Penelitian	75
5.5 Metode Analisis Data	77
5.5.1 Analisis Data Kualitatif	78
5.5.2 Analisis Data Kuantitatif	78
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	82
4.1 Model Bisnis Aide Consultant Indonesia saat ini	82
4.1.1 Segmen Pelanggan	83
4.1.2 Proposisi Nilai	85
4.1.3 Hubungan Pelanggan	86
4.1.4 Saluran	88
4.1.5 Arus Pendapatan	90
4.1.6 Aktivitas Kunci	93
4.1.7 Sumber Daya Utama	95
4.1.8 Mitra Kunci	97
4.1.9 Struktur Biaya	98
4.2 Model Bisnis Kompetitor	102
4.2.1 Segmen Pelanggan	103
4.2.2 Proposisi Nilai	104
4.2.3 Hubungan Pelanggan	106
4.2.4 Saluran	107
4.2.5 Arus Pendapatan	109
4.2.6 Sumber Daya Utama	112
4.2.7 Aktivitas Kunci	113
4.2.8 Mitra Kunci	115
4.2.9 Struktur Biaya	116
4.3 Peta Empati	119
4.3.1 Apa yang Calon Pelanggan Lihat	120
4.3.2 Apa yang Calon Pelanggan Pikir	121
4.3.3 Apa yang Calon Pelanggan Dengar	123
4.3.4 Apa yang Calon Pelanggan Lakukan	124
4.3.5 Apa yang Calon Pelanggan Khawatirkan	125
4.3.6 Apa yang Calon Pelanggan Inginkan	126
4.3.7 Rancangan Peta Empati	128
4.4 Validasi Pasar	132
4.5 Pengembangan Model Perusahaan	134
4.5.1 Segmen Pelanggan	135
4.5.2 Proposisi Nilai	136
4.5.3 Hubungan Pelanggan	140
4.5.4 Saluran	142
4.5.5 Arus Pendapatan	144
4.5.6 Mitra Kunci	147
4.5.7 Aktivitas Kunci	149
4.5.8 Sumber Daya Utama	150

4.5.9 Struktur Biaya	152
4.6 Pengembangan Model Bisnis	154
4.7 Analisis Kelayakan Pengembangan Model Bisnis Secara Ekonomi..	158
4.7.1 Kebutuhan Investasi Pengembangan Model Bisnis	159
4.7.2 Harga Jual dan Harga Pokok Produk	161
4.7.3 Biaya Operasional Pengembangan	163
4.7.4 Biaya Depresiasi Peralatan Produksi	164
4.7.1.5 Biaya Pajak	164
4.7.5 Proyeksi Penjualan	165
4.7.6 Proyeksi Arus Kas	167
4.7.7 Analisis Kelayakan	169
BAB V RENCANA AKSI	171
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	171
5.2 Penanggung Jawab	174
5.3 Ukuran Kinerja	176
5.4 Perencanaan Mitigasi Risiko	179
5.4.1 Risiko 1. Kualitas mitra sebagai pemasok materi	179
5.4.2 Risiko 2. Keandalan teknologi dan keamanan data	180
5.4.3 Risiko 3. Manajemen risiko finansial	181
5.4.4 Risiko 4. Risiko pasar	182
DAFTAR PUSTAKA.....	185

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	AIDE Tro dan AIDE-Talk	10
Gambar 4.1	Contoh program pelatihan <i>Agent of Change</i>	84
Gambar 4.2.	Contoh program HCDP Aide Consultant Indonesia	86
Gambar 4.2	Informasi produk pada situs web Aide	87
Gambar 4.3	Informasi produk promo pada situs web Aide	88
Gambar 4.4	Informasi Publikasi Media Partner	89
Gambar 4.5	Produk Pelatihan dan Asesmen 150 Karyawan Utama Karya	91
Gambar 4.6	Alur Produksi Aide Consultant Indonesia	95
Gambar 4.7	Model Bisnis Aide Consultant Indonesia Saat ini	100
Gambar 4.8.	Pola Model Bisnis Aide Consultant Indonesia Saat ini	100
Gambar 4.9	Layanan Pelatihan dan Pengembangan Karier ECC	106
Gambar 4.10	Sumber Pendapatan Bursa Kerja ECC	109
Gambar 4.11	Layanan <i>Online Assessment and Selection</i> (OAS) ECC	110
Gambar 4.12	Alur Pendapatan	112
Gambar 4.13	Aktivitas Kunci ECC	115
Gambar 4.14	Model Bisnis PT Engineering Career Center	117
Gambar 4.15	Pelatihan <i>Career Preparation</i>	146
Gambar 4.16	Alur Pengembangan Produksi Aide Consultant Indonesia	150
Gambar 4.17	Produk Aide APPS versi Demo	153
Gambar 4.18	Model Bisnis Aide Consultant Indonesia saat ini	154
Gambar 4.19	Pengembangan Model Bisnis Aide Consultant Indonesia	155
Gambar 4.20	Pola Pengembangan Model Bisnis <i>Freemium</i> Aide Consultant Indonesia	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pelaku Usaha layanan pengembangan karier di Indonesia	6
Tabel 1.2	Jumlah Pelatihan dan Jumlah Peserta Aide Consultant Indonesia	12
Tabel 3.1	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	67
Tabel 3.2	Identitas Responden Survei	70
Tabel 3.3	Narasumber Wawancara	71
Tabel 3.4	Daftar Pertanyaan Wawancara Pemilik Perusahaan	72
Tabel 3.5	Daftar Pertanyaan Wawancara Pesaing Usaha	73
Tabel 3.6	Daftar Pertanyaan Individu Calon Pelanggan	74
Tabel 4.1.	Struktur Biaya Aide Consultant Indonesia	99
Tabel 4.2	Survei Apa yang Calon Pelanggan Lihat	120
Tabel 4.3	Survei Apa yang Calon Pelanggan Pikir	122
Tabel 4.4	Survei Apa yang Calon Pelanggan Dengar	123
Tabel 4.5	Survei Apa yang Calon Pelanggan Lakukan	124
Tabel 4.6	Survei Apa yang Calon Pelanggan Khawatirkan	125
Tabel 4.7	Survei Apa yang Calon Pelanggan Inginkan	127
Tabel 4.8	Peta Empati	129
Tabel 4.9	Pertanyaan Validasi Pasar	133
Tabel 4.10	Calon Pelanggan	135
Tabel 4.11	Kebersediaan Calon Pelanggan Menggunakan Produk	136
Tabel 4.12	Hal yang Dapat Meningkatkan Kepuasan Calon Pelanggan	136
Tabel 4.13	Faktor Utama Calon Pelanggan Dalam Memilih Untuk Membayar Layanan Pelatihan Perencanaan Karier Berbasis Daring	138
Tabel 4.14	Jenis Pelatihan yang Diinginkan oleh Calon Pelanggan	139
Tabel 4.15	Hal yang Calon Pelanggan Harapkan dari Perusahaan	141
Tabel 4.16	Saluran yang Diharapkan Calon Pelanggan	143
Tabel 4.17	Produk yang Bersedia Dibeli Calon Pelanggan	145
Tabel 4.18	Media Pembelian yang Diharapkan Calon Pelanggan	151
Tabel 4.19	Kebutuhan Investasi Pengembangan Produk	161
Tabel 4.20	Harga Jual dan Harga Pokok Produk Pelatihan Perencanaan Karier Berbasis Daring	162
Tabel 4.21	Depresiasi Peralatan Produksi	164
Tabel 4.22	Proyeksi Penjualan Produk Selama Lima tahun	165
Tabel 4.23	Proyeksi Arus Kas	168
Tabel 4.24	Indikator Kelayakan Pengembangan Model Bisnis	167
Tabel 5.1	Rencana Kegiatan Pengembangan dan Waktu Pelaksanaan	170
Tabel 5.2	Tugas dan Tanggung Jawab Sumber Daya Manusia Perusahaan	173
Tabel 5.3	Ukuran Kinerja Tim	175

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Daftar Pertanyaan Kuesioner	192
LAMPIRAN II	Hasil Survei	197
LAMPIRAN III	Transkrip Wawancara Aide Consultant Indonesia	202
LAMPIRAN IV	Transkrip Wawancara PT Engineering Career Center ..	212
LAMPIRAN IV	Transkrip Wawancara Calon Pelanggan I	218
LAMPIRAN IV	Transkrip Wawancara Calon Pelanggan II	223
LAMPIRAN V	Proyeksi Arus Kas Bulanan	227