



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	2
1.2.1 Potensi Bisnis <i>Pet Shop</i> .....	2
1.2.2 Pemilik Hewan Peliharaan di Indonesia .....	5
1.2.3 Potensi Bisnis Online .....	6
1.3 Analisis Lingkungan Internal .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.6 Tujuan Penelitian .....	9
1.7 Manfaat Penelitian .....	9
1.8 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Industri Hewan Peliharaan .....	11
2.2 <i>E-commerce</i> .....	12
2.3 Kanvas Model Bisnis .....	15
2.3.1 Segmen Pelanggan ( <i>Customer Segments</i> ) .....	15
2.3.2 Proposisi Nilai ( <i>Value Propositions</i> ) .....	16
2.3.3 Saluran ( <i>Channels</i> ) .....	17



2.3.4 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationships</i> ).....	18
2.3.5 Sumber Pendapatan ( <i>Revenue Streams</i> ).....	19
2.3.6 Sumber daya Utama ( <i>Key Resources</i> ).....	20
2.3.7 Aktivitas Kunci ( <i>Key Activities</i> ).....	21
2.3.8 Mitra Kunci ( <i>Key Partners</i> ) .....	22
2.3.9 Struktur Biaya ( <i>Cost Structures</i> ).....	23
2.4 Kanvas Proposisi Nilai .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Unit Analisis .....	28
3.3 Sumber Data .....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Reduksi Data .....	34
3.5.2 Penyajian Data .....	35
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	36
3.5.4 Triangulasi.....	37
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>38</b>
4.1 Model Bisnis Hewan Peliharaan.....	38
4.1.1 Segmen Pelanggan .....	39
4.1.2 Proposisi Nilai.....	40
4.1.3 Saluran .....	41
4.1.4 Hubungan Pelanggan .....	42
4.1.5 Sumber Pendapatan.....	43
4.1.6 Sumber Daya Utama .....	43
4.1.7 Aktivitas Kunci .....	44
4.1.8 Mitra Kunci .....	45
4.1.9 Struktur biaya.....	45
4.2 Rancangan Proposisi Nilai.....	48
4.2.1 Profil Konsumen .....	50
4.2.2 Peta Nilai.....	53



4.3 Pengembangan Model Bisnis Digital Hewan Peliharaan .....	58
4.3.1 Segmen Pelanggan .....	59
4.3.2 Proposisi Nilai.....	60
4.3.3 Saluran .....	61
4.3.4 Hubungan Pelanggan .....	62
4.3.5 Sumber Pendapatan .....	63
4.3.6 Sumber Daya Utama .....	63
4.3.7 Aktivitas Kunci .....	64
4.3.8 Mitra Kunci .....	64
4.3.9 Struktur biaya.....	65
4.4 Kanvas Model Bisnis Digital Hewan Peliharaan.....	67
<b>BAB V RENCANA AKSI .....</b>	<b>72</b>
5.1 Penanggung Jawab.....	72
5.2 Perencanaan Kegiatan dan Durasi Kegiatan .....	72
5.3 Ukuran Kinerja .....	75
5.4 Mitigasi Risiko .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Bisnis <i>E-Commerce</i> .....	14
Tabel 3.1 Sumber Data Primer .....	30
Tabel 3.2 Protokol Wawancara Kepada Pelaku Bisnis .....	32
Tabel 3.3 Protokol Survei Kepada Pemilik Hewan Peliharaan .....	33
Tabel 3.4 Metode Analisis.....	36
Tabel 4.1 Profil Responden .....	49
Tabel 5.1 Tabel Durasi Kegiatan.....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Kebutuhan Perawatan Hewan Peliharaan Secara Global .....	3
Gambar 1.2 Potensi Bisnis <i>Pet Food</i> di Indonesia .....	4
Gambar 1.3 Kepemilikan Hewan Peliharaan di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Survei Tipe Hewan Peliharaan di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Kanvas Model Bisnis.....	15
Gambar 2.2 Kanvas Proposisi Nilai .....	24
Gambar 2.3 Keterkaitan Kanvas Proposisi Nilai dengan Kanvas Model Bisnis... ..	26
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis Hewan Peliharaan.....	46
Gambar 4.2 Metode Pembelian Pemilik Hewan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Hewan.....	50
Gambar 4.3 Hasil Survei Pekerjaan Utama .....	51
Gambar 4.4 Hasil Survei Rasa Sakit .....	51
Gambar 4.5 Hasil Survei Keuntungan.....	52
Gambar 4.6 Hasil Survei Produk dan Layanan .....	53
Gambar 4.7 <i>Fitting</i> Pekerjaan dan Produk dan Layanan.....	54
Gambar 4.8 Hasil Survei Penghilang Rasa Sakit .....	54
Gambar 4.9 <i>Fitting</i> Rasa Sakit dan Penghilang Rasa Sakit.....	55
Gambar 4.10 Hasil Survei Pencipta Keuntungan t.....	56
Gambar 4.11 <i>Fitting</i> Keuntungan dan Pencipta Keuntungan.....	56
Gambar 4.12 Kanvas Proposisi Nilai Model Bisnis Digital Hewan Peliharaan....	57
Gambar 4.13 Pengembangan Kanvas Model Bisnis Digital Hewan Peliharaan ...	66
Gambar 4.14 Kanvas Model Bisnis Digital Hewan Peliharaan.....	67
Gambar 4.15 Prototipe Tampilan Halaman Pendaftaran Aplikasi Digital Hewan Peliharaan .....	68
Gambar 4.16 Prototipe Tampilan Menu Utama Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan .....	68
Gambar 4.17 Prototipe Tampilan Layanan <i>Pet Hotel</i> Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan .....	68



Gambar 4.18 Prototipe Tampilan Layanan <i>Pet Klinik</i> Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan.....	69
Gambar 4.19 Prototipe Tampilan Layanan <i>Pet Grooming</i> Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan.....	69
Gambar 4.20 Prototipe Tampilan Layanan <i>Pet Shop</i> Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan .....	70
Gambar 4.21 Prototipe Tampilan Fitur Pendukung Pada Aplikasi Digital Hewan Peliharaan .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Transkrip Wawancara Pelaku Bisnis Hewan Peliharaan.....	84
Lampiran II Pertanyaan Survei Pemilik Hewan Peliharaan .....	96