

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
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Model Bisnis.....	13
2.2 Kanvas Model Bisnis.....	14
2.2.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	16
2.2.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	17
2.2.3 Saluran (<i>Distribution Channels</i>)	20
2.2.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	22
2.2.5 Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	25
2.2.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	26
2.2.7 Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	27
2.2.8 Mitra Utama (<i>Key Partners</i>)	28
2.2.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	29
2.3 Peta Empati.....	30
2.4 Industri Olahraga	32
2.5 Analitik Data	33

2.5.1	<i>Data Collection</i>	34
2.5.2	<i>Data Preparation</i>	35
2.5.3	<i>Data Analysis</i>	36
2.5.4	<i>Data Visualization</i>	36
2.6	<i>Sport Analytics</i>	36
2.7	<i>Sport Science</i>	40
2.8	Teknologi.....	42
2.9	<i>Platform</i>	42
2.10	Analisis Kelayakan Finansial.....	43
2.11	Kerangka Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Desain Penelitian	46
3.2	Unit Analisis.....	47
3.3	Metode Pengumpulan Data	47
3.3.1	Data Primer	47
3.3.2	Data Sekunder	48
3.4	Instrumen Penelitian.....	51
3.4.1	Wawancara.....	51
3.4.2	Survei	55
3.5	Metode Analisis Data	63
3.5.1	Analisis Konten.....	63
3.5.2	Analisis Statistik Deskriptif	63
3.5.3	Analisis Kelayakan Finansial.....	64
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		66
4.1	Analisis Model Bisnis	66
4.1.1	Hasil Wawancara Informan 1.....	66
4.1.2	Hasil Wawancara Informan 2.....	75
4.2	Analisis Peta Empati	84
4.2.1	Hasil Wawancara Informan 1.....	85
4.2.2	Hasil Wawancara Informan 2.....	91
4.3	Analisis Hasil Survei	96
4.3.1	Pertanyaan <i>Screening</i> dan Profil Responden	97
4.3.2	Apa yang dilihat? (<i>See?</i>)	101
4.3.3	Apa yang didengar? (<i>Hear?</i>).....	104

4.3.4	Apa yang dipikirkan dan dirasakan? (<i>Thinks and Feel?</i>).....	106
4.3.5	Apa yang dikatakan dan dilakukan? (<i>Say and Do?</i>)	109
4.3.6	Apa keresahan yang dihadapi? (<i>Pain?</i>).....	112
4.3.7	Apa harapan yang diinginkan? (<i>Gain?</i>)	115
4.4	Perancangan Model Bisnis Sportlytic	117
4.4.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	118
4.4.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	119
4.4.3	Saluran (<i>Distribution Channels</i>)	121
4.4.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	123
4.4.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	123
4.4.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	125
4.4.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	126
4.4.8	Mitra Utama (<i>Key Partners</i>)	127
4.4.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	127
4.5	Analisis Kelayakan Bisnis	131
4.5.1	Analisis Skenario Normal	131
4.5.2	Analisis Skenario Optimis	133
4.5.3	Analisis Skenario Pesimis	134
BAB V	RENCANA AKSI.....	136
5.1	Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	136
5.1.1	Tahap Persiapan	137
5.1.2	Tahap Pelaksanaan	138
5.1.3	Tahap Evaluasi	139
5.2	Penanggung Jawab Kegiatan.....	139
5.3	Ukuran Kinerja	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	145