

DAFTAR ISI

PERANCANGAN MODEL BISNIS RUANG KERJA KOLABORATIF.....	i
TESIS	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	8
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI	13
2.1 Model Bisnis	13

2.2 Kanvas Model Bisnis	15
2.2.1 Value Proposition (Proporsi nilai)	17
2.2.2 Customer Segments (Segmen Pelanggan)	17
2.2.3 Channels (Saluran)	18
2.2.4 Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)	20
2.2.5 Revenue Stream (Sumber Pendapatan)	21
2.2.6 Key Resource (Sumber daya Utama)	21
2.2.7 Key Activities (Aktivitas Kunci)	22
2.2.8 Key Partner (Kemitraan kunci)	23
2.2.9 Cost Structure (Struktur Biaya)	24
2.3 Empathy Map (Peta Empati)	24
2.4 Creative Workspace	30
2.4.1 UMKM	31
2.4.2 Co-Working Space	32
2.4.3 Sustainable Eco-Design	34
2.4.4 Virtual Office	36
2.4.5 Coffee and Eatery	38
2.4.6 Layanan Pembuatan Legalitas	39
2.4.7 Event	40
2.5 Kerangka Penelitian	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain Penelitian	44
3.2 Unit Analisis	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	45
3.4 Instrumen Penelitian	46
3.4.1 Wawancara	46
3.4.2 Survei	53

3.4.3 Kajian Literatur	59
3.5 Metode Analisis Data	59
3.5.1 Analisis Konten	59
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	60
3.5.3 Analisis kelayakan finansial.....	60
BAB IV	63
STRATEGI DAN RENCANA	63
4.1 Analisis Model Bisnis	63
4.1.1 Hasil Wawancara Pertama.....	63
4.1.2 Hasil Wawancara Kedua	73
4.2 Analisis Empathy Map (Peta Empati).....	88
4.2.1 Hasil Wawancara Pertama.....	88
4.2.2 Hasil Wawancara Kedua	101
4.3 Analisis Hasil Survei	112
4.3.1 Pertanyaan Screening.....	113
4.3.2 Pertanyaan Profil Responden	114
4.3.3 See	117
4.3.4 Hear	120
4.3.5 Thinks and Feel	122
4.3.6 Say and Do	125
4.3.7 Pain.....	128
4.3.8 Gain	130
4.4 Perancangan Model Bisnis Reyna Creative Workspace	133
4.4.1 Customer Segment	134
4.4.2 Value Proposition	135
4.4.3 Channels	138
4.4.4 Customer Relationship	139
4.4.5 Key Resource	142
4.4.6 Key Activities.....	143

4.4.7 Key Partner.....	144
4.4.8 Revenue Streams.....	145
4.4.9 Cost Structure.....	149
4.5 Analisis Kelayakan Finansial	153
4.5.1 Analisis Skenario Normal	153
4.5.2 Analisis Skenario Optimis.....	154
4.5.3 Analisis Skenario Pesimis	155
4.6 Analisis Kelayakan Non-Finansial.....	156
4.7 Mitigasi Resiko	157
BAB V.....	159
RENCANA AKSI.....	159
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	159
5.1.1 Tahap Persiapan.....	160
5.1.2 Tahap Eksekusi.....	161
5.1.3 Tahap Evaluasi	161
5.2 Penanggung Jawab	162
5.3 Ukuran Kinerja.....	162
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN.....	166