

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	1
1.2 Analisis Lingkungan Internal	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 Model Bisnis	14
2.2 Kanvas Model Bisnis	15
2.2.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	17
2.2.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	17
2.2.3 Saluran (<i>Channels</i>).....	18

2.2.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	20
2.2.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	21
2.2.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	21
2.2.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>)	23
2.2.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>)	24
2.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	25
2.3	Peta Empati	26
2.4	Penginapan dan Penitipan Hewan	29
2.5	Kehidupan Alami (<i>Natural Living</i>)	34
2.6	Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Unit Analisis	38
3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.4	Instrumen Penelitian	39
3.4.1	Wawancara	39
3.4.2	Survei	43
3.5	Metode Analisis Data	46
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		50
4.1	Analisis Kanvas Model Bisnis Pet Colony	50
4.1.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	51
4.1.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	52
4.1.3	Saluran (<i>Channels</i>)	53
4.1.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	55
4.1.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	56
4.1.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	59
4.1.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>)	59

4.1.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	61
4.1.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	62
4.2	Analisis Kanvas Model Bisnis Grande Pet Zone	64
4.2.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	65
4.2.2	Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>)	68
4.2.3	Saluran (<i>Channels</i>).....	69
4.2.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	70
4.2.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	71
4.2.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	75
4.2.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	76
4.2.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	79
4.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	80
4.3	Analisis Calon Pelanggan	83
4.3.1	Apa yang Calon Pelanggan Lihat.....	91
4.3.2	Apa yang Calon Pelanggan Dengar	94
4.3.3	Apa yang Calon Pelanggan Pikirkan dan Rasakan	96
4.3.4	Apa yang Calon Pelanggan Katakan dan Lakukan	98
4.3.5	Apa Keresahan Calon Pelanggan	100
4.3.6	Apa yang Calon Pelanggan Harapkan.....	103
4.4	Perancangan Model Bisnis Van Vet Boarding and Care	107
4.4.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segment</i>)	108
4.4.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	117
4.4.3	Saluran (<i>Channel</i>)	122
4.4.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	127
4.4.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	131
4.4.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	142
4.4.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activity</i>)	146
4.4.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	152
4.4.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	154
4.5	Analisis Kelayakan Finansial.....	160

4.5.1	Analisis Skenario Normal	162
4.5.2	Analisis Skenario Optimis.....	163
4.5.3	Analisis Skenario Pesimis	163
4.6	Deskripsi Model Bisnis Van Vet Boarding and Care	165
BAB V RENCANA AKSI.....		171
5.1	Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	171
5.1.1	Tahapan Persiapan	172
5.1.2	Tahapan Pelaksanaan	173
5.1.3	Tahapan Evaluasi	174
5.2	Penanggung Jawab	174
5.3	Ukuran Kinerja.....	176
DAFTAR PUSTAKA		178