

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Lingkup Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM) Kriya.....	11
2.2. Agensi Pemasaran Digital.....	11
2.3. Kanvas Proposisi Nilai.....	13
2.4. Lean Canvas.....	14
2.5. Uji Kelayakan secara Finansial.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Desain Penelitian.....	22
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.2.1. Protokol Wawancara kepada Pelaku UKM Kriya.....	24
3.2.2. Protokol Wawancara kepada Pemangku Kepentingan.....	27
3.2.3. Protokol Observasi kepada Agensi Pemasaran Digital yang Ada.....	28
3.4. Kualitas Penelitian.....	29
3.5. Metode Analisis Data.....	31
a. Analisis Data Wawancara.....	31
b. Analisis Data Observasi.....	31
BAB IV STRATEGI DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Hasil Observasi Agensi Pemasaran Digital yang Sudah Ada.....	32
4.2. Hasil Wawancara kepada UKM Kriya dan Pemangku Kepentingan.....	35
4.3. Model Bisnis Agensi Pemasaran Digital untuk UKM Kriya.....	41
4.3.1. Kanvas Proposisi Nilai.....	41
4.3.2. Lean Canvas.....	44

1) Segmen Pelanggan (Customer Segment).....	45
2) Permasalahan (Problems).....	46
3) Proposisi Nilai Unik (Unique Value Proposition).....	47
4) Solusi (Solution).....	48
5) Saluran (Channels).....	50
6) Aliran Pendapatan (Revenue Stream).....	51
7) Struktur Biaya (Cost Structure).....	53
8) Metrik Kunci (Key Metrics).....	55
9) Keunggulan Tidak Adil (Unfair Advantage).....	57
4.4. Analisis Kelayakan Bisnis Agensi Pemasaran Digital untuk UKM Kriya...	58
BAB V RENCANA AKSI.....	63
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	63
5.2 Mitigasi Risiko.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74
Lampiran Transkrip Wawancara Kepada UKM Kriya.....	74
Lampiran Transkrip Wawancara Kepada Pemangku Kepentingan.....	80