

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	10
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1 Model Bisnis .....	12
2.2 Kanvas Model Bisnis .....	14
2.2.1 Proposisi Nilai ( <i>Value Propositions</i> ) .....	15
2.2.2 Segmentasi Pelanggan ( <i>Customer Segment</i> ).....	16
2.2.3 Saluran ( <i>Channels</i> ).....	17
2.2.4 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationship</i> ).....	19
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 Kemitraan Utama ( <i>Key Partnership</i> ) .....	24
2.2.9 Struktur Biaya ( <i>Cost Structure</i> ) .....	25
2.3 Peta Empati ( <i>Empathy Map</i> ).....	26
2.4 Analisis Kelayakan Finansial.....	28
2.5 Kerangka Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Desain Penelitian .....	32
3.2 Unit Analisis .....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4 Instrumen Penelitian .....	35



3.4.1 Wawancara.....	35
3.4.2 Survei .....	40
3.4.3 Kajian Literatur .....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	44
3.5.1 Analisis Konten.....	45
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.5.3 Analisis Kelayakan Finansial .....	46
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....</b>	<b>48</b>
4.1 Analisis Model Bisnis .....	48
4.1.1 Hasil Wawancara Pertama .....	48
4.1.2 Hasil Wawancara Kedua.....	56
4.2 Analisis <i>Emphaty Map</i> (Peta Empati) .....	64
4.2.1 Hasil Wawancara Pertama .....	65
4.2.2 Hasil Wawancara Kedua.....	70
4.3 Analisis Hasil Survei.....	76
4.3.1 Pertanyaan Screening .....	77
4.3.2 Pertanyaan Profil Responden .....	78
4.3.3 <i>See</i> .....	81
4.3.4 <i>Hear</i> .....	82
4.3.5 <i>Thinks and Feel</i> .....	84
4.3.6 <i>Say and Do</i> .....	86
4.3.7 <i>Pain</i> .....	90
4.3.8 <i>Gain</i> .....	91
4.4 Perancangan Model Bisnis Kopi Keliling Koffieniti .....	94
4.4.1 <i>Customer Segment</i> .....	94
4.4.2 <i>Value Proposition</i> .....	96
4.4.3 <i>Channels</i> .....	97
4.4.4 <i>Customer Relationship</i> .....	99
4.4.5 <i>Key Resource</i> .....	100
4.4.6 <i>Key Activities</i> .....	101
4.4.7 <i>Key Partner</i> .....	102
4.4.8 <i>Revenue Streams</i> .....	104
4.4.9 <i>Cost Structure</i> .....	106
4.5 Analisis Kelayakan Finansial.....	109
4.5.1 Analisis Skenario Normal .....	110
4.5.2 Analisis Skenario Optimis .....	111



4.5.3 Analisis Skenario Pesimis .....	111
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>113</b>
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....	113
5.1.1 Tahap Persiapan .....	115
5.1.2 Tahap Eksekusi .....	115
5.1.3 Tahap Evaluasi.....	116
5.2 Penanggung Jawab.....	116
5.3 Ukuran Kinerja.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>121</b>