



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Eksternal	1
1.2 Latar Belakang Internal	8
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI	14
2.1 Industri Kedai Kopi	14
2.2 Kartu Keanggotaan.....	17
2.3 Model Bisnis.....	21
2.3.1 Segmen Pasar (Customer Segment).....	22
2.3.2 Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>)	23
2.3.2 Saluran (<i>Channels</i>).....	25
2.3.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	26
2.3.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	27
2.3.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	29



2.3.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	30
2.3.8	Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>)	31
2.3.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	32
2.4	Peta Empati (<i>Empathy Map</i>)	33
2.5	Aspek Kelayakan Finansial	35
2.5.1	<i>Net Present Value</i> (NPV)	36
2.5.2	Internal Rate of Return (IRR)	37
2.5.3	Payback Period (PP)	37
2.6	Kerangka Penelitian	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Unit Analisis	40
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	41
3.3.1	Sumber Data	41
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4	Metode Analisis Data	46
BAB IV	48
STRATEGI DAN RENCANA	48
4.1	Analisis Kanvas Model Bisnis Majoo.id	49
4.1.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	50
4.1.2	Proporsi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	51
4.1.3	Saluran (<i>Channels</i>)	52
4.1.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	53
4.1.5	Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	53
4.1.6	Sumber Daya utama (<i>Key Resources</i>).....	54
4.1.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	54
4.1.8	Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>)	55
4.1.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	55
4.2	Analisis Kanvas Model Bisnis Kartu Kredit BCA	58
4.2.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	59
4.2.2	Proporsi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	60



4.2.3 Saluran (<i>Channels</i>)	61
4.2.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	61
4.2.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	62
4.2.6 Sumber Daya utama (<i>Key Resources</i>).....	63
4.2.7 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	63
4.2.8 Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>).....	64
4.2.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	64
4.3 Analisis Peta Empati Berdasarkan Kuesioner Calon Pelanggan	67
4.3.1 Apa yang Dilihat oleh Calon Pelanggan ?	70
4.3.2 Apa yang Didengar oleh Calon Pelanggan ?	73
4.3.3 Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan oleh Calon Pelanggan ?	77
4.3.4 Apa yang Dikatakan dan Dilakukan oleh Calon Pelanggan ?	83
4.3.5 Apa Masalah yang Dihadapi oleh Calon Pelanggan ?	88
4.3.6 Apa Keuntungan yang Diarpakan oleh Calon Pelanggan ?	93
4.4 Perancangan Model Bisnis Kartu Kopi Universal “ <i>Coffee Card</i> ”.....	101
4.4.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	101
4.4.2 Proporsi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	103
4.4.3 Saluran (<i>Channels</i>)	105
4.4.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>).....	106
4.4.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	108
4.4.6 Sumber Daya utama (<i>Key Resources</i>).....	110
4.4.7 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	112
4.4.8 Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>).....	113
4.4.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	114
4.5 Analisis Kelayakan Finansial	117
4.5.1 Analisis Skenario Normal	118
4.5.2 Analisis Skenario Pesimis.....	119
4.5.3 Analisis Skenario Optimis	120
BAB V.....	123
RENCANA AKSI	123
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	123
5.1.1 Tahap Persiapan	124



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PERANCANGAN MODEL BISNIS KARTU KOPI UNIVERSAL "COFFEE CARD"

Gabriel Talenta, Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., PhD., CFP

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

5.1.2 Tahap Pelaksanaan	124
5.1.3 Tahap Evaluasi	126
5.2 Penanggung Jawab	127
5.3 Ukuran Kinerja	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	132