

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan.....	6
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Ekonomi Sirkular	11
2.2. Produk Limbah	12
2.3. Pengolahan Limbah.....	12
2.4. Inovasi Model Bisnis.....	14
2.5. Platform Kustomisasi Digital	14
2.6. Benchmarking Industri	16
2.7. Kanvas Model Bisnis.....	17
2.7.1. Segmen Pelanggan.....	18
2.7.2. Proposisi Nilai.....	18
2.7.3. Saluran	19

2.7.4. Hubungan Pelanggan	19
2.7.5. Arus Pendapatan	19
2.7.6. Sumber Daya Kunci.....	20
2.7.7. Kemitraan Kunci.....	20
2.7.8. Aktivitas Kunci	20
2.7.9. Struktur Biaya	21
2.8. Peta Empati.....	21
2.8.1. Apa yang dipikirkan dan dirasakan pelanggan	22
2.8.2. Apa yang didengar pelanggan.....	23
2.8.3. Apa yang dilihat pelanggan	23
2.8.4. Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan	24
2.8.5. Apa kesulitan yang dialami pelanggan	24
2.8.6. Apa harapan yang diinginkan pelanggan.....	25
2.9. Analisis Finansial	25
2.9.1. Net Present Value (NPV).....	25
2.9.2. Internal Rate of Return (IRR)	26
2.9.3. Payback Period (PP)	27
2.10. Diagram Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3. Unit Analisis.....	31
3.4. Sumber Data	31
3.4.1. Data Primer	32
3.4.2. Data Sekunder.....	33
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.6. Instrumen Penelitian.....	35
3.6.1. Wawancara Mendalam	35

3.6.2. Survei.....	40
3.7. Teknik Analisis Data	49
3.7.1. Analisis Konten.....	49
3.7.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.7.3. Analisis Finansial.....	50
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	51
4.1. Analisis Model Bisnis	51
4.1.1. Profil Narasumber.....	51
4.1.2. Hasil Wawancara terhadap Pelaku Industri Pengolahan Limbah Furnitur	57
4.1.3. Hasil Wawancara terhadap Artisan Instrumen Musik	67
4.1.4. Hasil Wawancara terhadap Penyedia Platform Teknologi	76
4.2. Analisis Hasil Survei Peta Empati.....	85
4.2.1. Pertanyaan Screening.....	86
4.2.2. Pertanyaan Profil Responden.....	87
4.2.3. Apa yang Pelanggan Lihat.....	92
4.2.4. Apa yang Pelanggan Dengar.....	95
4.2.5. Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan	98
4.2.6. Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan	102
4.2.7. Apa Harapan Pelanggan.....	105
4.2.8. Apa Kesulitan Pelanggan.....	108
4.3. Perancangan Model Bisnis Karya Nada	111
4.3.1. Segmen Pelanggan	112
4.3.2. Proposisi Nilai.....	113
4.3.3. Saluran	114
4.3.4. Hubungan Pelanggan	116
4.3.5. Arus Pendapatan	117
4.3.6. Sumber Daya Kunci.....	119
4.3.7. Aktivitas Kunci	120

4.3.8. Kemitraan Kunci.....	121
4.3.9. Struktur Biaya.....	123
4.4. Analisis Kelayakan Finansial.....	126
4.4.1. Analisis Skenario Normal.....	127
4.4.2. Analisis Skenario Optimis.....	128
4.4.3. Analisis Skenario Pesimis.....	129
4.5. Analisis Kelayakan Non-Finansial.....	130
4.6. Mitigasi Resiko.....	131
BAB V RENCANA AKSI.....	133
5.1. Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	133
5.1.1. Tahapan Persiapan.....	134
5.1.2. Tahapan Eksekusi.....	135
5.1.3. Tahapan Evaluasi.....	136
5.2. Penanggung Jawab.....	137
5.3. Ukuran Kinerja.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN.....	144