



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xi
ABSTRAK	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	8
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Model Bisnis	13
2.1.1 Definisi Model Bisnis	13
2.1.2 Tujuan Model Bisnis	14
2.1.3 Komponen Model Bisnis	15
2.1.3.1 Segmen Pasar	17
2.1.3.2 Nilai Tambah	20
2.1.3.3 Saluran	22
2.1.3.4 Hubungan Pelanggan	23
2.1.3.5 Sumber Pendapatan	24
2.1.3.6 Sumber Daya Kunci	25
2.1.3.7 Aktivitas Kunci	26



2.1.3.8 Hubungan Kunci	27
2.1.3.9 Struktur Biaya.....	28
2.2 Kanvas Model Bisnis.....	29
2.3 Jasa Event Organizer (Penyelenggara Acara).....	31
2.4 Musik Bagi Perkembangan Janin.....	32
2.5 Gizi Bagi Ibu Hamil.....	32
2.6 Olahraga Bagi Ibu Hamil dan Menyusui.....	34
2.6.1 Olahraga Pada Masa Hamil.....	34
2.6.2 Olahraga dan Pengaruhnya Terhadap Pasca Persalinan.....	35
2.6.3 Yoga Bagi Ibu Hamil.....	36
BAB III METODA PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Unit Analisis.....	38
3.3 Metoda Pengumpulan Data.....	38
3.4 Metoda Analisis Data.....	39
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	
4.1 Gambaran Model Bisnis Palugada.....	44
4.1.1 Model Bisnis Jasa Boga Palugada	45
4.1.2 Model Bisnis Perencanaan Pesta Palugada.....	51
4.1.3 Model Bisnis Varastri Salon Day & Spa	56
4.2 Analisis Model Bisnis Rewang Ibu	61
4.2.1 Analisis Hasil Kuisisioner Ibu Hamil	62
4.2.1.1 Profil Responden Ibu Hamil	62
4.2.1.2 Minat Responden Terhadap Jasa Ibu Hamil.....	64
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Jasa Khusus Ibu Hamil.....	65
4.2.2 Analisis Hasil Kuisisioner Ibu Pasca Melahirkan	75
4.2.2.1 Profil Responden Ibu Pasca Melahirkan.....	75
4.2.2.2 Minat Responden Terhadap Jasa Pasca Melahirkan.....	77
4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Jasa Khusus Pasca Melahirkan.....	78
4.2.3 Peta Empati Rewang Ibu	86



4.3 Analisis Komponen Model Bisnis Rewang Ibu	89
4.3.1 Segmen Pasar	89
4.3.2 Nilai Tambah	90
4.3.3 Saluran	92
4.3.4 Hubungan Pelanggan	94
4.3.5 Aliran Pendapatan	94
4.3.6 Sumber Daya Kunci	95
4.3.7 Aktivitas Kunci	96
4.3.8 Hubungan Kunci	97
4.3.9 Struktur Biaya	98
4.4 Kanvas Model Bisnis Rewang Ibu	99
4.5 Analisis Keuangan	100
4.5.1 Investasi Awal Rewang Ibu	100
4.5.2 Perkiraan Pendapatan Rewang Ibu	102
4.5.3 Analisis Kelayakan Bisnis Rewang Ibu	106
BAB V RENCANA AKSI	
5.1 Matrik Kegiatan	112
5.2 Penanggung Jawab	113
5.3 Rencana Mitigasi	114
Daftar Pustaka	115
Lampiran	118



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penyelenggara Acara di Kota Yogyakarta	3
Tabel 1.2 Daftar Salon yang Menyediakan Perawatan Bagi Ibu Hamil	4
Tabel 1.3 Daftar Jasa Boga bagi Ibu Hamil dan Pasca Melahirkan	5
Tabel 1.4 Jumlah Banyaknya Rumah Tangga di Kota Yogyakarta	6
Tabel 1.5 Pertumbuhan Angka Fertilitas di Kota Yogyakarta	6
Tabel 2.1 Definisi Model Bisnis	14
Tabel 2.2 Komponen Model Bisnis	17
Tabel 2.3 Elemen-elemen Pencipta Nilai Tambah	21
Tabel 2.4 Kategori-kategori Hubungan Pelanggan	24
Tabel 2.5 Cara Membangun Sumber Pendapatan	25
Tabel 2.6 Kategori Sumber Daya Kunci	26
Tabel 2.7 Kategori-kategori Aktivitas Kunci	27
Tabel 2.8 Motivasi dalam Membangun Hubungan Kunci	28
Tabel 2.9 Karakteristik Struktur Biaya	29
Tabel 3.1 Sumber dan Pengumpulan Data	39
Tabel 3.2 Analisis Data Dengan Pendekatan Narasi	40
Tabel 3.3 Komponen Peta Empati	41
Tabel 4.1 Data Pribadi Responden (Ibu Hamil)	63
Tabel 4.2 Minat Responden Terhadap Jasa Ibu Hamil	65
Tabel 4.3 Jasa yang Dibutuhkan Selama Masa Kehamilan	67
Tabel 4.4 Jasa Khusus Ibu Hamil yang Diketahui Responden	68
Tabel 4.5 Hal-hal yang Dirasakan dan Dipikirkan Dalam Menggunakan Jasa Ibu Hamil	69
Tabel 4.6 Yang Dikatakan Dan Dilakukan Oleh Konsumen (Ibu Hamil)	71
Tabel 4.7 Hal-Hal yang Menjadi Rasa Sakit Konsumen (Ibu Hamil)	73
Tabel 4.8 Keuntungan Konsumen Ibu Hamil Dalam Menggunakan Jasa Ibu Hamil	74
Tabel 4.9 Data Pribadi Responden Ibu Pasca Melahirkan	76
Tabel 4.10 Minat Responden Terhadap Jasa Rewang Ibu Pasca Melahirkan	77



Tabel 4.11 Jasa Yang Dibutuhkan Pasca Melahirkan.....	79
Tabel 4.12 Jasa Khusus Bagi Ibu Pasca Melahirkan Yang Diketahui Responden 80	
Tabel 4.13 Hal-hal Yang Dirasakan dan Dipikirkan Dalam Menggunakan Jasa Pasca Melahirkan	81
Tabel 4.14 Yang Dikatakan Dan Dilakukan Oleh Konsumen Ibu Pasca Melahirkan	83
Tabel 4.15 Hal-Hal yang Menjadi Rasa Sakit Konsumen Ibu Pasca Melahirkan..	84
Tabel 4.16 Keuntungan Konsumen Ibu Pasca Melahirkan Dalam Menggunakan Jasa.....	85
Tabel 4.17 Aliran Pendapatan Rewang Ibu	95
Tabel 4.18 Biaya Tetap Rewang Ibu (Per Bulan).....	98
Tabel 4.19 Biaya Berubah Rewang Ibu.....	99
Tabel 4.20 Biaya Investasi Rewang Ibu	101
Tabel 4.21 Analisis Skenario Rewang Ibu Kondisi Pasar Normal.....	104
Tabel 4.22 Analisis Skenario Rewang Ibu Kondisi Pasar Optimis	105
Tabel 4.23 Analisis Skenario Rewang Ibu Kondisi Pasar Pesimis	106
Tabel 4.24 Analisis Kelayakan Bisnis Rewang Ibu Kondisi Normal	108
Tabel 4.25 Analisis Kelayakan Bisnis Rewang Ibu Kondisi Optimis	109
Tabel 4.26 Analisis Kelayakan Bisnis Rewang Ibu Kondisi Pesimis.....	111
Tabel 5.1 Perencanaan Waktu dan Aktivitas Rewang Ibu	113
Tabel 5.2 Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan Rewang Ibu.....	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kanvas Model Bisnis.....	30
Gambar 3.1 Peta Empati.....	42
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis Jasa Boga Palugada.....	50
Gambar 4.2 Kanvas Model Bisnis Perencana Pesta Palugada.....	55
Gambar 4.3 Kanvas Model Bisnis Varastri Salon & Day SPA.....	61
Gambar 4.4 Peta Empati Rewang Ibu.....	87
Gambar 4.5 Kanvas Model Bisnis Rewang Ibu.....	100