

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	12
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Pertanyaan Penelitian	18
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Penelitian.....	19
1.7 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
2.1 Kebaya.....	23
2.2 Bisnis Persewaan Busana	27
2.3 <i>Sharing Economy</i>	31
2.3.1 Evolusi <i>Sharing Economy</i> dan Transformasi Berbasis Platform	34
2.3.2 Klasifikasi Tipe Model <i>Sharing Economy</i>	35
2.3.3 Efek Jaringan dalam Platform Digital	38
2.3.4 Kinerja Transaksional dalam Model <i>Sharing Economy</i>	39
2.4 Model Bisnis	40
2.4.1 Kanvas Model Bisnis.....	41
2.4.2 Inovasi Model Bisnis	52
2.5 Peta Empati	53
2.5.1 Komponen dan Struktur Peta Empati	56
2.6 Kelayakan Ekonomi	59

2.6.1 Metode Penilaian Investasi	60
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Desain Penelitian	64
3.2 Metode Pengumpulan Data	65
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Primer	70
3.2.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder	71
3.3 Instrumen Penelitian	72
3.3.1 Diskusi Kelompok Terarah	73
3.3.2 Wawancara Mendalam dengan Kompetitor	76
3.3.3 Wawancara Mendalam dengan Akademisi/Pakar	79
3.3.4 Wawancara Mendalam dengan Pemengaruh Busana	82
3.4 Validasi Instrumen Penelitian	84
3.5 Analisis Data	85
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	89
4.1 Analisis Situasi Internal dan Urgensi Transformasi Model Bisnis	89
4.2 Hasil Peta Empati	91
4.2.1 Apa yang Dilihat oleh Pelanggan	92
4.2.2 Apa yang Didengar Konsumen	95
4.2.3 Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan	97
4.2.4 Apa yang Dikatakan dan Dilakukan	100
4.2.5 Hambatan	102
4.2.6 Harapan	105
4.3 Analisis Hasil Wawancara Mendalam	108
4.3.1 Analisis Komparatif Model Bisnis <i>Sharing Economy</i>	111
4.3.2 Efisiensi Operasional dan Manajemen Inventaris	113
4.3.3 Diferensiasi Pemasaran Berbasis <i>Social Engagement</i>	115
4.3.4 Validasi Strategis dan Keberlanjutan Ekosistem Bisnis	117
4.4 Evaluasi Kondisi Saat Ini Bisnis Kamala	119
4.5 Usulan Pengembangan Model Bisnis Kamala	123
4.5.1 Segmen Pelanggan	123
4.5.2 Proposisi Nilai	125
4.5.3 Saluran	127
4.5.4 Hubungan Pelanggan	129

4.5.5 Sumber Daya Utama.....	132
4.5.6 Hubungan Pelanggan.....	135
4.5.7 Mitra Utama.....	140
4.5.8 Pendapatan Utama	142
4.5.9 Struktur Biaya.....	145
4.6 Kelayakan Ekonomi	151
4.6.1 Analisis Skenario Normal.....	151
4.6.2 Analisis Skenario Optimis	153
4.6.3 Analisis Skenario Pesimis	155
4.6.4 Ringkasan Analisis Kelayakan Ekonomi	157
4.7 Arsitektur <i>Platform</i> Digital Kamala.....	158
BAB V RENCANA AKSI.....	165
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	165
5.1.1 Tahap Persiapan.....	167
5.1.2 Tahap Eksekusi.....	167
5.1.3 Tahap Evaluasi	168
5.2 Penanggung Jawab	168
5.3 Ukuran Kerja	170
5.4 Mitigasi Risiko	171
DAFTAR PUSTAKA.....	174
LAMPIRAN.....	178