

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	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. Lingkungan Eksternal	1
1.2. Lingkungan Internal.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Model Bisnis	11
2.1.1. Komponen Model Bisnis.....	14
2.1.2. Segmen Konsumen (<i>Customer Segments</i>).....	17

2.1.3.	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	20
2.1.4.	Saluran Distribusi (<i>Channels</i>)	22
2.1.5.	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>).....	24
2.1.6.	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	25
2.1.7.	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	26
2.1.8.	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	27
2.1.9.	Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>).....	28
2.1.10	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	29
2.1.11	Kewirausahaan Sosial (<i>Social Entrepreneurship</i>).....	30
2.1.12	<i>Community Learning Center (CLC)</i>	34
2.2.	Kerangka Penelitian	37

BAB III METODA PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	38
3.2.	Metoda Penelitian	38
3.3.	Metoda Analisis Data.....	40
3.3.1.	Peta Empati	40
3.3.2.	Kanvas Model Bisnis dan Analisis SROI	42

BAB IV STRATEGI DAN RENCANA

4.1.	Deskripsi Data.....	44
4.1.1.	Peta Empati	44
4.1.2.	Wawancara Individu	49
4.1.3.	Observasi.....	65
4.1.4.	Studi Literatur: Kanvas Model Bisnis YCAB	68

4.2.	Profil Omah Sinau Digital	72
4.3.	Rancangan Kanvas Model Bisnis Omah Sinau Digital	77
4.4.	Proyeksi Kinerja Model Bisnis “Omah Sinau Digital”	86
4.4.1.	Unit Bisnis	86
4.4.2.	Unit Sosial.....	88
BAB V RENCANA AKSI		
5.1.	Kegiatan Pra-operasional dan Operasional	91
5.2.	Ukuran Kinerja.....	95
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data <i>Social Entrepreneurship</i> di Yogyakarta	5
Tabel 2.1.	Komponen Model Bisnis Menurut Sumber Literatur	14
Tabel 2.2.	Jenis Segmen Konsumen	19
Tabel 2.3.	Elemen <i>Value Propositions</i>	22
Tabel 2.4.	Motivasi Membangun Kemitraan	29
Tabel 2.5.	Spektrum <i>Social Entrepreneurship</i>	33
Tabel 3.1.	Sumber dan Metoda Penelitian	39
Tabel 3.2.	Pertanyaan Peta Empati	41
Tabel 3.3.	Kalkulasi SROI	43
Tabel 4.1.	Profil Narasumber Wawancara	50
Tabel 4.2.	Proyeksi Kinerja Unit Bisnis Omah Sinau Digital	88
Tabel 4.3.	Proyeksi Kinerja Unit Sosial Omah Sinau Digital	90
Tabel 5.1.	Rencana Waktu Kegiatan Omah Sinau Digital.....	95
Tabel 5.2.	Ukuran Kinerja Omah Sinau Digital.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Komponen <i>Nine Building Blocks</i> Kanvas Model Bisnis	16
Gambar 2.2.	Perbedaan Sekolah Formal dan CLC	35
Gambar 4.1.	Data Peta Empati.....	49
Gambar 4.2.	Kegiatan Tas Pustaka	66
Gambar 4.3.	Pustaka Keliling Adil	67
Gambar 4.4.	Kanvas Model Bisnis YCAB	68
Gambar 4.5.	Logo Omah Sinau Digital	72
Gambar 4.6.	Bangunan Omah Sinau Digital	73
Gambar 4.7.	Tata Letak Bangunan	74
Gambar 4.8.	Tata Letak Ruang Pustaka Warga.....	75
Gambar 4.9.	Tata Ruang Toko Buku, Ruang Kelas Bimbingan Belajar dan Ruang Komputer	76
Gambar 4.10.	Rancangan Kanvas Model Bisnis Omah Sinau Digital	77
Gambar 4.11.	Diagram Batang Usia Anak dan Remaja Pengguna Gawai Digital di Desa Tambakrejo	78
Gambar 4.12.	Diagram Batang Lama Penggunaan Gawai Digital pada Anak-anak dan Remaja di Desa Tambakrejo ...	78
Gambar 4.13.	Seorang Relawan Fasilitator Mengajar 6 Orang Anak	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Izin Penelitian/Mencari Data	102
Lampiran II	Kuesioner Pertanyaan Peta Empati	103
Lampiran III	Transkrip Wawancara Pelanggan Potensial Anak-Anak	110
Lampiran IV	Transkrip Wawancara Pelanggan Potensial Unit Bisnis.....	112
Lampiran V	Transkrip Wawancara Mitra Potensial Pelaksana Program Sosial	114
Lampiran VI	Transkrip Wawancara SDM/Relawan Potensial.....	117
Lampiran VII	Transkrip Wawancara Donatur Potensial	122
Lampiran VIII	Transkrip Wawancara Pelanggan Potensial Orangtua.....	126
Lampiran IX	Transkrip Wawancara Mitra Potensial Pemerintah Desa	128
Lampiran X	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator A: Lihat	130
Lampiran XI	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator B: Dengar	132
Lampiran XII	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator C: Pikir Dan Rasakan.....	134
Lampiran XIII	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator D: Katakan Dan Lakukan.....	135
Lampiran XIV	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator E: Rasa Sakit/Kecewa.....	137
Lampiran XV	Diagram Wawasan Pelanggan Indikator F: Perolehan/Harapan	138
Lampiran XVI	Rincian Investasi Awal dan Biaya Unit Bisnis	139
Lampiran XVII	Rincian Investasi Awal dan Biaya Unit Sosial	142