

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
Abstrack	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Lingkungan Eksternal.....	1
1.2. Lingkungan Internal	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Permainan Edukatif	11
2.1.1. Definisi Permainan Edukatif	11
2.1.2. Fungsi Permainan Edukatif	12
2.1.3. Kualitas Permainan Edukatif.....	13
2.1.4. Jenis-jenis Permainan Edukatif	14
2.2. Model Bisnis.....	15
2.2.1. Definisi Model Bisnis	16
2.2.2. Tujuan Model Bisnis	19
2.3. Kerangka Model Bisnis	19
2.3.1. Segmen pelanggan (<i>Customer segments</i>).....	25

2.3.2.	Proposisi Nilai (<i>Value proposition</i>)	28
2.3.3.	Saluran (<i>Channel</i>)	31
2.3.4.	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	35
2.3.5.	Arus Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	37
2.3.6.	Sumber daya utama	38
2.3.7.	Aktivitas Utama (<i>Key activities</i>)	40
2.3.8.	Kemitraan Utama (<i>Key partnership</i>).....	41
2.3.9.	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	42
2.4.	Perencanaan Skenario (<i>Scenario Planning</i>)	43
2.5.	Pengembangan Model Bisnis	45
2.6.	Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1.	Desain Penelitian	49
3.2.	Unit Analisis	49
3.3.	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.	Instrumen Penelitian	51
3.5.	Metode Analisis Data	54
3.6.	Realibilitas Model Bisnis	54
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		55
4.1.	Gambaran Umum ABC Toys	55
4.1.1.	Profil Perusahaan Anak Bangsa Cerdas (ABC) Toys	55
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan Anak Bangsa Cerdas (ABC) Toys	56
4.1.3.	Logo Perusahaan Anak Bangsa Cerdas (ABC) Toys.....	57
4.2.	Model Bisnis ABC Toys Saat ini	57
4.2.1.	Segmen Pelanggan	58
4.2.2.	Proposisi Nilai.....	59
4.2.3.	Saluran.....	60
4.2.4.	Hubungan pelanggan.....	60
4.2.5.	Arus pendapatan.....	61
4.2.6.	Sumber daya utama	61
4.2.7.	Aktivitas kunci	62
4.2.8.	Kemitraan.....	63

4.2.9.	Struktur biaya	64
4.3.	Analisis Peta Empati.....	64
4.3.1.	Apa yang konsumen lihat? (<i>See</i>).....	65
4.3.2.	Apa yang konsumen dengar? (<i>Hear</i>)	66
4.3.3.	Apa yang konsumen rasakan dan pikirkan?.....	67
4.3.4.	Apa yang konsumen katakan dan lakukan?	67
4.3.5.	Apa kekhawatiran konsumen?	68
4.3.6.	Apa yang ingin diperoleh konsumen?.....	69
4.4.	Pengembangan Model Bisnis	69
4.4.1.	Segmen Pelanggan	70
4.4.2.	Proposisi nilai.....	71
4.4.3.	Saluran.....	72
4.4.4.	Hubungan pelanggan.....	73
4.4.5.	Arus Pendapatan.....	73
4.4.6.	Sumber Daya Utama	74
4.4.7.	Aktivitas Kunci	75
4.4.8.	Kemitraan Kunci	76
4.4.9.	Struktur Biaya	77
4.5.	Perencanaan Skenario (<i>scenario planning</i>).....	79
4.5.1.	Skenario 1.....	80
4.5.2.	Skenario 2.....	81
4.5.3.	Skenario 3.....	82
4.6.	Analisis Kelayakan.....	84
BAB V RENCANA AKSI.....		92
5.1.	Rencana Tindakan	92
5.2.	Waktu Implementasi.....	95
5.3.	Penanggung Jawab Kegiatan.....	95
5.4.	Ukuran Kinerja	97
DAFTAR PUSTAKA		98
Lampiran		xiv