

## DAFTAR ISI

Pernyataan.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
Intisari.....	xi
Abstract.....	xii

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Batasan Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	14

## BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Model Bisnis.....	16

2.1.2 Analisa Lingkungan Eksternal.....	17
2.1.2.1 Analisa Lingkungan Makro.....	17
2.1.2.1.1 Politik.....	17
2.1.2.1.2 Ekonomi.....	18
2.1.2.1.3 Sosial Budaya.....	19
2.1.2.1.4 Teknologi.....	19
2.1.2.1.5 Lingkungan.....	20
2.1.2.1.6 Hukum.....	20
2.1.2.2 Analisa Lingkungan Industri.....	21
2.1.2.2.1 Analisa <i>Porter's Five Forces</i> .....	21
2.1.3 Analisa SWOT.....	23
2.1.3.1 <i>Strength</i> .....	23
2.1.3.2 <i>Weakness</i> .....	23
2.1.3.3 <i>Opportunity</i> .....	24
2.1.3.4 <i>Threat</i> .....	24
2.1.4 Strategi.....	24
2.1.5 Model Bisnis Kanvas.....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.2.1 Jenis Data.....	33

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3 Metode Analisis Data.....	34
3.4 Profil Perusahaan.....	35

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisa Lingkungan Eksternal.....	40
4.1.1 Analisa Lingkungan Makro.....	40
4.1.1.1 Politik.....	40
4.1.1.2 Ekonomi.....	41
4.1.1.3 Sosial Budaya.....	43
4.1.1.4 Teknologi.....	44
4.1.1.5 Lingkungan.....	45
4.1.1.6 Hukum.....	46
4.1.2 Analisa <i>Porter's Five Forces</i> .....	48
4.1.2.1 Ancaman Pendetang Baru.....	48
4.1.2.2 Kekuatan Pemasok.....	48
4.1.2.3 Kekuatan Pembeli.....	49
4.1.2.4 Kekuatan Produk Substitusi.....	49
4.1.2.5 Intensitas Persaingan.....	50
4.2 Analisa SWOT.....	51
4.2.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	51
4.2.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	52

4.2.3	<i>Opportunity</i> (Kesempatan).....	52
4.2.4	<i>Threat</i> (Ancaman).....	53
4.3	Formulasi Model Bisnis	
4.3.1	Segmen Pelanggan.....	54
4.3.2	Proposisi Nilai.....	55
4.3.3	Saluran.....	55
4.3.4	Hubungan Pelanggan.....	57
4.3.5	Arus Pendapatan.....	58
4.3.6	Sumber Daya Kunci.....	59
4.3.7	Aktivitas Kunci.....	60
4.3.8	Kemitraan Utama.....	60
4.3.9	Struktur Biaya.....	61
4.4	Kanvas Model Bisnis.....	62

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan.....	66
5.2	Implikasi Manajerial.....	67
5.3	Keterbatasan.....	67
5.4	Saran.....	68

Daftar Pustaka

Lampira

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Ekspor Indonesia Berdasarkan Sektor Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016.....	4
Tabel 1.2 Perkembangan Nilai Ekspor Per Negara Hasil Industri Pengolahan (Dalam Ribu US\$) Tahun 2014 s.d Tahun 2016.....	5
Tabel 1.3 Perkembangan Nilai Ekspor Komoditi Hasil Industri Pengolahan Furnitur (Dalam Ribu US\$).....	6
Tabel 1.4 Penjualan Ekspor PT Talenta Java Design Tahun 2015 – 2017 (dalam juta Rupiah).....	9
Tabel 1.5 Penjualan Lokal PT Talenta Java Design Tahun 2015 – 2017 (dalam juta Rupiah) .....	10
Tabel 4.1 Analisa PESTEL.....	47
Tabel 4.2 Analisa <i>Porter's Five Forces</i> .....	50
Tabel 4.3 Analisa SWOT.....	53
Tabel 4.4 Kanvas Model Bisnis.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organiasasi PT. Talenta Java Design .....	36
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Hasil Data Wawancara Responden 1.....	71
Lampiran II Hasil Data Wawancara Responden II.....	98