



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
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.....	13
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Pertanyaan Penelitian	18
1.5 Tujuan Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.7 Sistematika Penulisan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Definisi Material Bangunan	20
2.2 Bentuk Toko Ritel.....	22
2.3 Definisi Model Bisnis	25
2.4 Komponen Model Bisnis	26
2.4.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	28
2.4.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	31
2.4.3 Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	34
2.4.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	35
2.4.5 Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	37



2.4.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	39
2.4.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	40
2.4.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnership</i>).....	41
2.4.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	42
2.5	Modifikasi Model Bisnis.....	43
2.6	Peta Empati.....	45
2.7	Kerangka Penelitian.....	46
BAB III METODA PENELITIAN.....		48
3.1	Desain Penelitian.....	48
3.2.1	Metoda Pengumpulan Data.....	49
3.3	Metoda Analisis Data.....	51
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....		52
4.1	Model Bisnis BJ Home.....	52
4.1.1	Observasi.....	52
4.1.2	Wawancara.....	55
4.1.2.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	56
4.1.2.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	56
4.1.2.3	Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	57
4.1.2.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>).....	58
4.1.2.5	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	59
4.1.2.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	60
4.1.2.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	60
4.1.2.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnership</i>).....	61
4.1.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	62
4.1.3	Kanvas Model Bisnis BJ Home.....	63
4.2	Model Bisnis Delta Bangunan Saat Ini.....	65
4.3	Analisis Peta Empati.....	69
4.3.1	Survei.....	69



4.3.1.1	Apa yang Pelanggan Lihat?	73
4.3.1.2	Apa yang Pelanggan Dengar?	75
4.3.1.3	Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan?	76
4.3.1.4	Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan?.....	80
4.3.1.5	Apa yang Pelanggan Khawatirkan?	83
4.3.1.6	Apa yang Ingin Pelanggan Peroleh?	85
4.3.2	Hasil Peta Empati	87
4.4	Pengembangan Model Bisnis Delta Bangunan	88
4.5	Model Bisnis Delta Bangunan yang Baru	91
4.5.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	93
4.5.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	95
4.5.3	Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	98
4.5.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	99
4.5.5	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	101
4.5.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	107
4.5.7	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	109
4.5.8	Mitra Kunci (<i>Key Partnership</i>)	110
4.5.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structures</i>).....	112
4.6	Analisis Kelayakan Usaha.....	118
4.6.1	Analisis Kelayakan Non Ekonomi	118
4.6.2	Analisis Kelayakan Ekonomi	120
BAB V RENCANA AKSI		126
5.1	Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	126
5.1.1	Tahap Persiapan	126
5.1.2	Tahap Eksekusi	128
5.1.3	Tahap Evaluasi	128
5.2	Penanggung Jawab	131
DAFTAR PUSTAKA		133
DAFTAR LAMPIRAN		142