



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.3.1 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Bahan Bangunan.....	13
2.2 <i>E-marketplace</i> .....	14
2.3 Aplikasi <i>Mobile</i> .....	15
2.4 Model Bisnis.....	16
2.5 Komponen Model Bisnis.....	17
2.5.1 Segmen Pelanggan.....	18
2.5.2 Proposisi Nilai.....	21
2.5.3 Saluran .....	23
2.5.4 Hubungan Pelanggan .....	23



2.5.5 Arus Pendapatan .....	25
2.5.6 Kunci Sumber Daya.....	27
2.5.7 Aktivitas Kunci .....	28
2.5.8 Kunci Kemitraan.....	28
2.6.9 Struktur Biaya .....	29
2.6 Peta Empati.....	30
2.7 Rencana Bisnis .....	32
2.7.1 Rencana Operasional .....	33
2.7.2 Rencana Pemasaran .....	33
2.7.3 Rencana Organisasi.....	34
2.7.4 Asumsi Risiko.....	34
2.7.5 Rencana Keuangan .....	35
2.8 Kelayakan Ekonomi .....	36
2.9 Kelayakan Non Ekonomi .....	37
2.10 Business Contiunity Management.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Level Analisis.....	41
3.2 Sumber Data .....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.3.1 Observasi .....	43
3.3.2 Wawancara.....	44
3.3.3 Studi Literatur .....	45
3.4 Teknis Analisis Data .....	46
3.4.1 Peta empati.....	46
3.4.2 Sembilan Blok bangunan .....	46
3.4.3 Analisis Keuangan .....	47
3.4.4 Analisis non keuangan .....	48
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....</b>	<b>52</b>
4.1 Observasi.....	52
4.2 Survei.....	53



4.3 Wawancara .....	56
4.4 Peta Empati.....	56
4.4.1 Apa yang pelanggan lihat?.....	57
4.4.2 Apa yang Pelanggan Dengar?.....	58
4.4.3 Apa yang pelanggan pikirkan dan rasakan? .....	60
4.4.4 Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan? .....	63
4.4.5 Apa Kekhawatiran yang Didapatkan Pelanggan?.....	65
4.4.6 Apa yang Pelanggan Harapkan? .....	66
4.5 Kanvas Model Bisnis.....	69
4.5.1 Segmen Pelanggan .....	69
4.5.2 Proposisi Nilai.....	69
4.5.3 Saluran Perantara .....	70
4.5.4 Hubungan Pelanggan .....	70
4.5.5 Sumber Pendapatan.....	71
4.5.6 Sumber Daya Utama.....	71
4.5.7 Aktivitas Kunci .....	71
4.5.8 Mitra Kunci.....	72
4.5.9 Struktur Biaya .....	72
4.6 Visi, Misi dan Tujuan .....	75
4.7 Rencana Pemasaran .....	76
4.7.1 Segmenting, Targeting, Positioning.....	76
4.7.2 Bauran Pemasaran 7 (P).....	77
4.8 Rencana Operasional .....	81
4.8.1 Lokasi.....	81
4.8.2 Desain Platform Homematerial .....	81
4.8.3 Cara Kerja dan Prosedur Platform Homematerial .....	83
4.9 Rencana Sumber Daya Manusia.....	86
4.9.1 Struktur Organisasi .....	86
4.9.2 Kesepakatan Kerja .....	89
4.10 Status Hukum Perusahaan .....	92
4.11 Rencana Keuangan .....	92
4.11.1 Sumber Dana.....	92



4.11.2 Asumsi .....	93
4.11.3 Biaya Investasi Awal .....	94
4.11.4 Biaya Operasional.....	95
4.11.5 Proyeksi Pendapatan .....	96
4.11.6 Proyeksi Arus Kas dan Analisis Kelayakan Ekonomi.....	98
4.11.7 Analisis Sensitivitas .....	100
4.12 Kelayakan non Ekonomi .....	101
4.13 Strategi Keluar.....	101
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>103</b>
5.1 Kegiatan dan waktu pelaksana .....	103
5.1.1 Tahap Persiapan .....	103
5.1.2 Tahap Pelaksanaan.....	104
5.1.3 Tahap Evaluasi.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>