

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| Daftar Isi..... | 1 |
| BAB I PENDAHULUAN | 3 |
| 1.1. Lingkungan Eksternal | 3 |
| 1.2. Lingkungan Internal..... | 15 |
| 1.2.1 Profil Perusahaan | 17 |
| 1.2.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan | 19 |
| 1.2.3 Status Kepemilikan | 20 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 20 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 22 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 23 |
| 1.6. Sistematika Penelitian..... | 23 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 24 |
| 2.1. Model Bisnis..... | 24 |
| 2.2. Peta Empati..... | 38 |
| 2.3. Perdagangan Elektronik..... | 40 |
| 2.4. Kosmetik..... | 47 |
| 2.5. MUA (<i>Makeup Artist</i>) | 50 |
| BAB III METODA PENELITIAN | 53 |
| 3.1. Desain Penelitian | 53 |
| 3.2. Level Analisis | 53 |
| 3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data | 54 |
| 3.4. Teknik Analisis Data | 61 |
| BAB IV STRATEGI DAN RENCANA | 62 |
| 4.1. Analisis Peta Empati..... | 62 |
| 4.2. Kanvas Model Bisnis..... | 93 |
| 4.3. Analisis Risiko..... | 118 |
| BAB V RENCANA AKSI..... | 122 |
| 5.1. Kegiatan Usaha..... | 122 |
| 5.2. Ukuran Kinerja | 124 |

| | |
|---|-----|
| Daftar Pustaka | 132 |
| Lampiran 1 (Kuesioner Konsumen MUA) | 141 |
| Lampiran 2 (Kuesioner MUA)..... | 145 |
| Lampiran 3 (Transkrip wawancara Konsumen MUA) | 149 |
| Lampiran 4 (Transkrip Wawancara MUA)..... | 152 |
| Lampiran 5 (Tahapan Waktu Pelaksanaan “MAU-MUA”)..... | 156 |