

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Intisari.....	x
<i>Abstract</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Proses Pembuatan Batik.....	9
2.2 <i>E-Commerce dan E-Business</i>	10
2.3 <i>E-Marketing (Digital Marketing)</i>	13
2.4 Visi, Misi dan Tujuan.....	17
2.5 Model Bisnis.....	17
2.5.1 Kunci Kemitraan.....	18
2.5.2 Aktivitas Kunci.....	19
2.5.3 Sumber Daya Utama.....	21

2.5.4	Proporsi Nilai (Value proposition).....	21
2.5.5	Hubungan Pelanggan.....	21
2.5.6	Saluran Perantara.....	22
2.5.7	Segmen Pelanggan.....	23
2.5.8	Struktur Biaya.....	23
2.5.9	Sumber Pendapatan.....	23
2.5.10	<i>Empathy Map</i>	25
2.6	Kerangka Kerja Konseptual.....	26
2.7	Five Forces porter.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Level Analisis.....	27
3.2	Sumber Data.....	27
3.2.1	Sumber Primer.....	27
3.2.2	Sumber Sekunder.....	35
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4	Teknik Analisis Data	36
3.4.1	Aspek Keuangan.....	36
3.4.2	Aspek Manajemen.....	36
3.4.3	Aspek Operasional.....	37
3.4.2	Aspek Pemasaran.....	37
3.5	Paguyuban Giriloyo.....	41
BAB IV	HASIL ANALISIS PEMBAHASAN	47
4.1	Bentuk Usaha Paguyuban Giriloyo Saat Ini.....	47
4.1.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	48
4.1.2	Proporsi Nilai (<i>Value Proposition</i>).....	48

4.1.3	Saluran Perantara.....	48
4.1.4	Hubungan Pelanggan.....	49
4.1.5	Sumber Pendapatan.....	49
4.1.6	Sumber Daya Utama.....	50
4.1.7	Aktivitas Kunci.....	50
4.1.8	Kunci Kemitraan.....	50
4.1.9	Struktur Biaya.....	50
4.2	Bentuk Usaha Paguyuban Giriloyo Kedepannya.....	52
4.2.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	53
4.2.2	Saluran Perantara.....	53
4.2.3	Sumber Daya Utama.....	54
4.2.4	Aktivitas Kunci.....	54
4.2.5	Kunci Kemitraan.....	54
4.2.6	Struktur Biaya.....	54
4.3	<i>Empathy Map</i>	56
4.3.1	<i>Think and Feel</i>	57
4.3.2	<i>Hear</i>	57
4.3.3	<i>See</i>	58
4.3.4	<i>Say and Do</i>	58
4.3.5	<i>Pain</i>	59
4.3.6	<i>Gain</i>	60
4.3.7	<i>Matrix Empathy Map</i>	60
4.4	Five Forces Porter.....	62
4.3	Kerangka Kerja Konseptual Pestel.....	63
BAB V	RENCANA BISNIS	67
5.1	Waktu dan Kegiatan.....	67

5.2 Rencana Implementasi.....	67
5.2.1 Rencana Keuangan.....	68
5.2.2 Pencatatan Keuangan Perusahaan.....	70
5.2.3 Hubungan dengan Investor dan Lembaga Keuangan.....	70
5.2.4 Rencana Operasional.....	71
5.2.5 Rencana Pemasaran.....	72
5.3 Penanggung Jawab.....	73
5.4 Ukuran Kinerja.....	74
5.4.1 Kinerja Pemasaran.....	74
5.4.2 Kinerja Operasional.....	74
5.4.3 Kinerja Manajemen.....	74
5.4.4 Kinerja Keuangan.....	74
Daftar Pustaka.....	