



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------|
| LEMBAR JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| <i>ABSTRACT</i> | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan | 1 |
| 1.1.1 Gambaran Umum Industri..... | 1 |
| 1.1.2 Pemain Utama Industri | 6 |
| 1.1.3 Sasaran Utama | 8 |
| 1.2 Lingkungan Internal Perusahaan..... | 9 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 11 |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian | 13 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 13 |

| | | |
|-----------------------------------|--|-----------|
| 1.7 | Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | | 15 |
| 2.1 | Model Bisnis | 15 |
| 2.2 | Komponen Model Bisnis..... | 16 |
| 2.2.1 | <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan)..... | 18 |
| 2.2.2 | <i>Value Propositions</i> (Proposisi Nilai)..... | 20 |
| 2.2.3 | <i>Channels</i> (Saluran) | 21 |
| 2.2.4 | <i>Customer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan) | 22 |
| 2.2.5 | <i>Revenue Streams</i> (Aliran Pendapatan)..... | 24 |
| 2.1.6 | <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) | 25 |
| 2.2.7 | <i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama) | 26 |
| 2.2.8 | <i>Key Partners</i> (Mitra Utama) | 27 |
| 2.1.9 | <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya) | 28 |
| 2.3 | Peta Empati | 29 |
| 2.3.1 | Apa yang Dilihatnya? | 30 |
| 2.3.2 | Apa yang Didengarnya?..... | 31 |
| 2.3.3 | Apa yang Benar-Benar Dipikirkan dan Dirasakannya? | 31 |
| 2.3.4 | Apa yang Dikatakan dan Dilakukannya?..... | 32 |
| 2.3.5 | Sakit Hati Apa yang Dirasakannya? | 33 |
| 2.3.6 | Apa Saja yang Diperolehnya? | 33 |
| 2.4 | E-Bisnis..... | 35 |
| 2.5 | Analisis Keuangan | 37 |



| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 39 |
| 3.2 Sumber dan Metoda Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.3 Metoda Analisis Data..... | 41 |
| | |
| BAB IV STRATEGI DAN RENCANA..... | 43 |
| 4.1 Model Bisnis Perusahaan Pesaing..... | 43 |
| 4.1.1 Segmen Pelanggan..... | 44 |
| 4.1.2 Proposisi Nilai | 45 |
| 4.1.3 Saluran..... | 46 |
| 4.1.4 Hubungan Pelanggan..... | 47 |
| 4.1.5 Aliran Pendapatan..... | 48 |
| 4.1.6 Aktivitas Utama..... | 49 |
| 4.1.7 Sumber Daya Utama..... | 49 |
| 4.1.8 Mitra Utama..... | 49 |
| 4.1.9 Struktur Biaya..... | 50 |
| 4.1.10 Kanvas Model Bisnis Perusahaan Pesaing..... | 50 |
| 4.2 Peta Empati Pelanggan..... | 52 |
| 4.2.1 Apa yang Pelanggan Lihat? | 54 |
| 4.2.2 Apa yang Pelanggan Dengar? | 55 |
| 4.2.3 Apa yang Pelanggan Pikir dan Rasakan?..... | 56 |



| | | |
|---------------------------------|--|-----------|
| 4.2.4 | Apa yang Pelanggan Ucap dan Lakukan?..... | 57 |
| 4.2.5 | Apa yang Pelanggan Takutkan dan Khawatirkan?..... | 58 |
| 4.2.6 | Apa yang Pelanggan Ingin Dapatkan dan Peroleh? | 59 |
| 4.3 | Survei | 60 |
| 4.4 | Formulasi Model Bisnis Eksporia | 65 |
| 4.4.1 | Segmen Pelanggan..... | 65 |
| 4.4.2 | Proposisi Nilai | 68 |
| 4.4.3 | Saluran..... | 70 |
| 4.4.4 | Hubungan Pelanggan | 72 |
| 4.4.5 | Aliran Pendapatan..... | 74 |
| 4.4.6 | Aktivitas Utama..... | 76 |
| 4.4.7 | Sumber Daya Utama..... | 78 |
| 4.4.8 | Mitra Utama..... | 79 |
| 4.4.9 | Struktur Biaya..... | 80 |
| 4.4.10 | Kanvas Model Bisnis Eksporia | 82 |
| 4.5 | Kelayakan Ekonomi | 82 |
| 4.5.1 | Analisis Sensitivitas | 82 |
| 4.5.2 | Perhitungan NPV, IRR, dan PP | 88 |
| 4.5.3 | <i>Exit Strategy</i> | 89 |
| BAB V RENCANA AKSI | | 90 |
| 5.1 | Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan | 90 |
| 5.1.1 | Tahap Persiapan | 90 |



| | |
|------------------------------------|----|
| 5.1.2 Tahap Pelaksanaan | 91 |
| 5.1.3 Tahap Evaluasi | 91 |
| 5.2 Penanggung Jawab Kegiatan..... | 92 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |