



DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal	2
1.2. Lingkungan Internal	11
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Pertanyaan Penelitian	15
1.5. Tujuan Penelitian	15
1.6. Manfaat Penelitian	15
1.7. Lingkup Penelitian	16
1.8. Sistematika Laporan Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1. Gaya Hidup.....	18
2.2. <i>Barbershop</i>	20
2.3. Model Bisnis.....	27
2.3.1. Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	31
2.3.2. Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	35
2.3.3. Saluran (<i>Channels</i>).....	37
2.3.4. Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	39
2.3.5. Arus Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	40
2.3.6. Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>).....	41
2.3.7. Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	42
2.3.8. Partner Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	44
2.3.9. Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	46



2.4. Peta Empati.....	47
2.5. Pembentukan Ide	48
2. 6. Aspek Kelayakan Bisnis.....	50
2.7. Kerangka Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1. Desain Penelitian	54
3.2. Metode Pengumpulan Data	54
3.3. Instrumen Penelitian.....	56
3.4. Metoda Analisis Data	57
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	59
4.1. Analisis Peta Empati	59
4.1.1. Apa yang Pelanggan Lihat ?	60
4.1.2. Apa yang Pelanggan Dengar ?	63
4.1.3. Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan ?	64
4.1.4. Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan ?	66
4.1.5. Apa yang Pelanggan Khawatirkan ?	69
4.1.6. Apa yang Ingin Pelanggan Peroleh ?	70
4.2. Model Bisnis <i>Barbershop</i>	79
4.3. Perancangan Model Bisnis “ <i>One Stop Barber</i> ”	84
4.3.1. Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	84
4.3.2. Proposisi Nilai (<i>Value Proposition</i>).....	85
4.3.3. Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	86
4.3.4. Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	87
4.3.5. Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	87
4.3.6. Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	89
4.3.7. Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	90
4.3.8. Kunci Kemitraan (<i>Key Partnerships</i>).....	90
4.3.9. Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	91
4.4. Kanvas Model Bisnis “ <i>One Stop Barber</i> ”	93
4.5. Analisis Kelayakan Usaha.....	95
4.5.1. Analisis Sensitivitas	95



4.5.2. Analisis Kelayakan Bisnis.....	96
4.5.3. Analisis Kelayakan Non Ekonomi.....	99
BAB V RENCANA AKSI.....	100
5.1. Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	100
5.1.1. Tahap Persiapan.....	100
5.1.2. Tahap Eksekusi.....	101
5.1.3. Tahap Evaluasi.....	101
5.2. Tugas dan Tanggung Jawab.....	103
5.3. Ukuran Kinerja Bisnis/ Perusahaan.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107