

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Faktor Eksternal	1
1.2 Faktor Internal	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Model Bisnis	13
2.2 Kanvas Model Bisnis	13
2.2.1. Segmen Konsumen	14
2.2.2. Proposisi Nilai	16
2.2.3. Saluran	18
2.2.4. Hubungan Pelanggan	20
2.2.5. Arus Pendapatan	24
2.2.6. Sumber Daya Utama	26
2.2.7. Aktivitas Kunci	28

2.2.8. Kemitraan Utama	30
2.2.9. Struktur Biaya	31
2.3 Peta Empati	31
2.4 Rencana Bisnis	33
2.5 Aspek-Aspek Rencana Bisnis	34
2.5.1. Aspek Pemasaran dan Pasar.....	35
2.5.2. Aspek Teknis atau Operasi.....	36
2.5.3. Aspek Manajemen atau Organisasi.....	37
2.5.4. Aspek Keuangan	38
2.6 Analisis Sensitivitas	40
2.7 Strategi Keluar.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Unit Analisis	42
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1 Survei	43
3.3.2 Wawancara	44
3.3.3 Observasi	44
3.4 Metode Analisis Data	46
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	48
4.1 Deskripsi Data	48
4.1.1 Observasi	48
4.1.2 Wawancara	52
4.1.3 Survei	54
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Peta Empati Calon Pelanggan	56
4.2.1.1 Apa Yang Dilihat Oleh Pelanggan	57
4.2.1.2 Apa Yang Didengar Oleh Pelanggan	58
4.2.1.3 Apa Yang Dipikirkan dan Dirasakan Oleh Pelanggan..	60
4.2.1.4 Apa Yang Dikatakan dan Dilakukan Oleh Pelanggan..	62
4.2.1.5 Apa Yang Dikhawatirkan Pelanggan	63

4.2.1.6 Apa Yang Pelanggan Peroleh	64
4.2.2 Analisis Hasil Wawancara Pelaku Usaha Indekost dan Carikost	66
4.2.2.1 Segmen Pelanggan	66
4.2.2.2 Proposisi Nilai	67
4.2.2.3 Saluran	68
4.2.2.4 Hubungan Pelanggan	68
4.2.2.5 Aktivitas Kunci	69
4.2.2.6. Sumber Daya Utama	69
4.2.2.7 Kemitraan Utama	70
4.2.2.8 Struktur Biaya	70
4.2.2.9 Arus Pendapatan	70
4.2.3 Misi, Visi dan Tujuan	71
4.2.4 Kanvas Model Bisnis	73
4.2.4.1 Segmen Pelanggan	73
4.2.4.2 Proposisi Nilai	75
4.2.4.3 Saluran	79
4.2.4.4 Hubungan Pelanggan	81
4.2.4.5 Sumber Daya Utama	83
4.2.4.6 Aktivitas Utama	87
4.2.4.7 Mitra Utama	88
4.2.4.8 Struktur Biaya	90
4.2.4.9 Pendapatan	95
4.2.8 Analisis Rencana Keuangan	97
4.2.8.1 Struktur Modal Awal	97
4.2.8.2 Analisis Laporan Keuangan	99
4.2.8.3 Analisis Sensitivitas	101
4.2.7 Analisis Risiko dan Strategi Keluar	103
BAB V RENCANA AKSI	106
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	106
5.1.1 Aktivitas Persiapan	107

5.1.2 Aktivitas Pelaksanaan	109
5.1.3 Evaluasi	111
5.2 Penanggung Jawab	111
5.3 Ukuran Kinerja	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	119