



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

MODEL BISNIS : ACRONYM.inc . PLATFORM PENGADAAN BARANG KANTOR UNTUK BISNIS

STARTUP DAN PERUSAHAAN

SWASTA

MEILANI PUTRI UTAMI, Wakhid Slamet Ciptono, MBA, MPM, Ph.D.,

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	6
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Laporan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 <i>Business Model Canvas</i>	12
2.1.1 <i>Revenue Stream</i>	14
2.1.2 <i>Customer Segments</i>	15
2.1.3 <i>Value Proposition</i>	16
2.1.4 <i>Channel</i>	18
2.1.5 <i>Customer Relationship</i>	19



**MODEL BISNIS : ACRONYM.inc . PLATFORM PENGADAAN BARANG KANTOR UNTUK BISNIS
STARTUP DAN PERUSAHAAN SWASTA**

MEILANI PUTRI UTAMI, Wakhid Slamet Ciptono, MBA, MPM, Ph.D.,

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

2.1.6 <i>Key Partners</i>	20
2.1.7 <i>Key Activities</i>	21
2.1.8 <i>Key Resources</i>	22
2.1.9 <i>Cost Structure</i>	22
2.2 <i>Empathy Map</i>	24
2.3 <i>Design: Multi-sided</i>	25
2.4 Konsep dan Definisi <i>Platform Digital</i>	26
2.5 <i>Business to Business</i>	33
2.6 Bisnis <i>Startup</i>	34
2.7 <i>E-marketplace</i>	36
2.8 Analisis Skenario.....	39
2.9 <i>Strategic Sourcing</i>	40
2.9.1 <i>E-procurement</i>	42
2.10 Kerangka Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Desain Penelitian.....	45
3.2 Unit Analisis.....	47
3.3 Metode Pengumpulan Data	47
3.3.1 Data Primer.....	48
3.3.2 Data Sekunder	49
3.4 Instrumen Penelitian.....	49
3.5 Metode Analisis Data	51
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.5.2 Analisis Prediktif.....	52
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	53



4.1 Deskripsi Data	53
4.2 Analisis Peta Empati	54
4.2.1 Analisis Peta Empati Perusahaan Swasta.....	55
4.2.2 Analisis Peta Empati Bisnis Startup.....	58
4.2.3 Analisis Peta Empati Vendor	62
4.3 Business Model Canvas ACRONYM.inc	67
4.3.1 Customer Segments	67
4.3.2 Value Proposition.....	68
4.3.3 Channel	69
4.3.4 Customer Relationship	69
4.3.5 Revenue Stream	70
4.3.6 Key Activity.....	71
4.3.7 Key Resources	72
4.3.8 Key Partner	73
4.3.9 Cost Structure.....	73
4.4 Strategi Sourcing.....	76
BAB V RENCANA AKSI.....	79
5.1 Rencana Kegiatan.....	79
5.2 Penanggung Jawab	80
5.3 Penilaian Kinerja	82
5.4 Kelayakan Nonfinansial	84
5.5 Rencana Mitigasi	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	91