

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Pemahaman Konsep Model Bisnis.....	14
2.2 Konsep Model Bisnis Kanvas.....	15
2.3 Identifikasi Model Bisnis.....	20
2.4 Perancangan Model Bisnis.....	21
2.5 Evaluasi Model Bisnis.....	25
2.6 <i>Strategy Diamond</i> .....	26
2.7 Rerangka Penelitian.....	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Metoda Pengumpulan Data.....	33
3.3 Metoda Analisis Data.....	37
3.4 Profil Perusahaan.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Bentuk Model Bisnis Wisata Oleh-oleh Saat Ini.....	43
4.1.1 <i>Customer Segments</i> .....	43
4.1.2 <i>Value Proposition</i> .....	44
4.1.3 <i>Channel</i> .....	45
4.1.4 <i>Customer Relationship</i> .....	46
4.1.5 <i>Revenue Stream</i> .....	46
4.1.6 <i>Key Resources</i> .....	49
4.1.7 <i>Key Activity</i> .....	50
4.1.8 <i>Key Partnership</i> .....	51
4.1.9 <i>Cost Structure</i> .....	51
4.2 <i>Customer Insight</i> .....	56
4.3 Perancangan Model Bisnis Baru Wisata Oleh-Oleh.....	65
4.3.1 <i>Value Proposition</i> .....	65
4.3.2 <i>Key Activity</i> .....	67
4.3.3 <i>Customer Relationship</i> .....	68
4.3.4 <i>Channel</i> .....	69



	4.3.5 <i>Key Partnership</i> .....	70
	4.3.6 <i>Key Resources</i> .....	71
4.4	Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Baru.....	74
	4.4.1 <i>Key Partnership</i> .....	74
	4.4.2 <i>Key Activity</i> .....	75
	4.4.3 <i>Key Resources</i> .....	75
	4.4.4 <i>Value Proposition</i> .....	76
	4.4.5 <i>Customer Relationship</i> .....	77
	4.4.6 <i>Channel</i> .....	79
	4.4.7 <i>Customer Segments</i> .....	79
	4.4.8 <i>Cost Structure</i> .....	80
	4.4.9 <i>Revenue Stream</i> .....	80
4.5	Analisis <i>Strategy Diamond</i> .....	82
	4.5.1 <i>Arenas</i> .....	82
	4.5.2 <i>Vehicles</i> .....	85
	4.5.3 <i>Differentiator</i> .....	86
	4.5.4 <i>Staging</i> .....	88
	4.5.5 <i>Economic Logic</i> .....	88
4.6	Alternatif Strategi Bisnis Wisata Oleh-Oleh.....	90
BAB V SIMPULAN.....		93
5.1	Simpulan.....	93
5.2	Implikasi.....	95
5.3	Keterbatasan.....	96
5.4	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN.....		100



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Narasumber Internal PT Ambarketawang Mitra Energi.	35
Tabel 3.2 Daftar Narasumber Eksternal.....	36
Tabel 3.3 <i>Instrumen Strategy Diamond</i> .....	39
Tabel 4.1 Wawancara Narasumber Eksternal Wisata Oleh-Oleh.....	56
Tabel 4.2 Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dan Model Bisnis Baru....	81



## DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Perkembangan Komponen Indeks Kondisi Saat Ini.....	2
Grafik 1.2 Konsumsi <i>Leisure</i> dan <i>Non Leisure</i> tahun 2015-2018.....	3
Grafik 1.3 Perkembangan Inflasi Kota Yogyakarta hingga Desember 2019.....	5
Grafik 1.4 Persebaran Pendapatan tiap unit bisnis perusahaan.....	9
Gambar 2.1 Model Bisnis Kanvas.....	20
Gambar 2.2 <i>Empathy Map</i> .....	22
Gambar 2.3 <i>Strategy Diamond</i> .....	31
Gambar 3.1 Kondisi PT Ambarketawang Mitra Energi.....	42
Gambar 4.1 Model Bisnis Wisata Oleh-Oleh.....	55
Gambar 4.2 Peta Empati.....	64
Gambar 4.3 Modifikasi Model Bisnis Wisata Oleh-Oleh.....	73
Gambar 4.4 Presentase Jumlah Pelanggan Wisata Oleh-Oleh tahun 2018.....	83
Gambar 4.5 Strategi Wisata Oleh-Oleh.....	90



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**EVALUASI MODEL BISNIS KANVAS DAN FORMULASI STRATEGI ALTERNATIF PADA PT  
AMBARKETAWANG MITRA ENERGI**  
DINNA DWI TANTIAS, Amin Wibowo Ph.D

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

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Transkrip Wawancara Internal.....	101
Lampiran II	Transkrip Wawancara Eksternal.....	120