

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	IX
ABSTRAK	X
ABSTRACT	XI
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LINGKUNGAN EKSTERNAL	1
1.2 LINGKUNGAN INTERNAL	5
1.3 RUMUSAN MASALAH	7
1.4 TUJUAN PENELITIAN	7
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 BRAND	10
2.1.1 Branding	12
2.1.2 Brand Awareness	18

2.1.3 Brand Image	18
2.1.4 Brand Equity.....	18
2.2 MODEL BISNIS	18
2.3 KANVAS MODEL BISNIS	20
2.4 PENGEMBANGAN MODEL BISNIS	23
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 DESAIN PENELITIAN.....	26
3.2 LEVEL ANALISIS	26
3.3 SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder.....	30
3.4 METODE ANALISIS DATA	30
BAB IV.....	32
STRATEGI DAN RENCANA	32
4.1 MODEL BISNIS SPACESHIP CREATIVE LAB.....	33
4.1.1 Proposisi Nilai	33
4.1.2 Segmen Pelanggan	33
4.1.3 Saluran.....	34
4.1.4 Hubungan Pelanggan	34
4.1.5 Mitra Kunci.....	35
4.1.6 Aktivitas Kunci.....	35

4.1.7 Sumber Daya Kunci	36
4.1.8 Struktur Biaya	36
4.1.9 Sumber Pendapatan	36
4.2 ANALISIS PETA EMPATI	38
4.2.1 Apa yang dilihat pelanggan	38
4.2.2 Apa yang didengar pelanggan	39
4.2.3 Apa yang dirasakan dan dipikirkan pelanggan	40
4.2.4 Apa yang dikatakan dan dilakukan pelanggan	41
4.2.5 Apa kesulitan pelanggan	42
4.2.6 Apa keuntungan yang pelanggan dapatkan	43
4.3 RANCANGAN PENGEMBANGAN MODEL BISNIS SPACESHIP	45
4.3.1 Proposisi Nilai	47
4.3.2 Segmen Pelanggan	48
4.3.3 Saluran	49
4.3.4 Hubungan Pelanggan	50
4.3.5 Mitra Kunci	51
4.3.6 Aktivitas Kunci	52
4.3.7 Sumber Daya Kunci	54
4.3.8 Struktur Biaya	55
4.3.9 Sumber Pendapatan	55
4.4 ANALISIS KEUANGAN	58
4.4.1 Dana Pengembangan	58
4.4.2 Proyeksi Pendapatan, Biaya, dan Laba	58

BAB V	61
RENCANA AKSI	61
5.1 KEGIATAN DAN WAKTU PELAKSANAAN	61
5.2 PENANGGUNG JAWAB	62
5.3 ANALISIS KELAYAKAN	63
5.4 PERENCANAAN MITIGASI	66
LAMPIRAN I	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kriteria UMKM.....	3
Tabel 1.2 Data Perkembangan UMKM di Indonesia.....	3
Tabel 3.1 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	27
Tabel 3.2 Narasumber Wawancara	28
Tabel 3.3 Protokol Wawancara.....	29
Tabel 4.1 Rata-Rata Jumlah dan Sumber Pendapatan yang Diperoleh Spaceship Creative Lab. Dalam 1 Bulan.....	37
Tabel 4.2 Sumber Daya Kunci Spaceship Creative Lab.	54
Tabel 4.3 Biaya Tetap Spaceship Creative Lab.	55
Tabel 4.4 Jenis dan Harga Layanan Spaceship Creative Lab.	56
Tabel 4.5 Pendapatan Spaceship Creative Lab. Pada Tahun Pertama	57
Tabel 4.6 Rincian Dana Pengembangan Spaceship Creative Lab.	58
Tabel 4.7 Proyeksi Keuangan Spaceship Creative Lab.	59
Tabel 5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	61
Tabel 5.2 Jabatan serta Tanggung Jawab Pekerja.....	62
Tabel 5.3 Nilai NPV, IRR, dan PP pada Skenario Normal	64
Tabel 5.4 Pendapatan Spaceship Creative Lab. Pada Skenario Pesimis	64
Tabel 5.5 Nilai NPV, IRR, dan PP pada Skenario Pesimis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Brand Strategis.....	17
Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif.....	30
Gambar 4.1 Model Bisnis Spaceship Creative Lab.....	37
Gambar 4.2 Hasil Analisa Peta Empati	44
Gambar 4.3 Rancangan Pengembangan Model Bisnis Spaceship Creative Lab.	46

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Transkrip Wawancara Kiyoshi Ecoprint	69
LAMPIRAN II Transkrip Wawancara Awalkisah Coffee	71
LAMPIRAN III Transkrip Wawancara 23 Laundry	73
LAMPIRAN IV Proyeksi Keuangan pada Skenario Normal	75
LAMPIRAN V Proyeksi Keuangan pada Skenario Pesimis	76