



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal	1
1.2. Lingkungan Internal	8
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.6. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Model Bisnis.....	16
2.1.1. Segmen Konsumen.....	23
2.1.2. Proposisi Nilai	28
2.1.3. Hubungan Konsumen.....	33
2.1.4. Kanal Pemasaran	37
2.1.5. Aktifitas Kunci	40
2.1.6. Sumber Daya Kunci	42
2.1.7. Mitra Kunci	43
2.1.8. Struktur Biaya	45
2.1.9. Arus Pendapatan.....	47
2.2. Peta Empati.....	48
2.3. Seni Rupa	53
2.3.1. Definisi dna Nilai Seni Rupa	53
2.3.2. Komodifikasi Seni Rupa.....	58



BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1. Desain Penelitian	61
3.2. Pengumpulan Data	62
3.3. Metode Analisis Data	66
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....	68
4.1. Identifikasi Responden	68
4.1.1. Identifikasi Responden Pengelola Hotel	70
4.1.2. Identifikasi Responden Pengelola Pendidikan Tinggi	72
4.1.3. Identifikasi Responden Pengelola Seniman	73
4.1.4. Identifikasi Responden Pengelola Bisnis Persewaan Karya ..	75
4.2. Analisa Peta Empati	76
4.2.1. Apa Yang Responden Lihat	76
4.2.2. Apa Yang Responden Katakan	79
4.2.3. Apa Yang Responden Lakukan.....	84
4.2.4. Apa Yang Responden Dengar	87
4.2.5. Apa Yang Responden Pikirkan dan Rasakan.....	92
4.3. Kanvas Model Bisnis	96
4.3.1. Segmen Konsumen	97
4.3.2. Proposisi Nilai.....	98
4.3.3. Hubungan Konsumen.....	103
4.3.4. Kanal Pemasaran.....	105
4.3.5. Aktivitas Kunci	108
4.3.6. Sumber Daya Kunci	114
4.3.7. Mitra Kunci	121
4.3.8. Arus Pendapatan.....	124
4.3.9. Struktur Biaya	130
BAB V RENCANA AKSI.....	134
5.1. Matrik Kegiatan	134
5.1.1. Tahap Persiapan	134
5.1.2. Tahap Implementasi.....	137
5.1.3. Tahap Evaluasi	137



5.2. Ukuran Kinerja.....	139
5.2.1. Aspek Kelayakan Ekonomi.....	139
5.2.2. Aspek Hukum	141
5.2.3. Aspek Operasional	142
5.2.4. Aspek Pemasaran	142
5.2.5. Aspek Sumber Daya Manusia.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	150



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Model Relasi Konsumen Osterwalder dan Pigneur (2010)	36
Tabel 2.2. Perancangan Kanal Pemasaran Osterwalder dan Pigneur (2010).....	39
Tabel 2.3. Pemanfaatan Karya Seni Rupa.....	57
Tabel 3.1. Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	63
Tabel 3.2. Responden dan Data yang Didapatkan	64
Tabel 3.3. Kriteria Penyampelan dan Subyek Penelitian.....	65
Tabel 4.1. Identifikasi Responden.....	69
Tabel 4.2. Apa yang Responden Katakan	80
Tabel 4.3. Hasil Penilaian Resiko Model Pengadaan Karya Seni Rupa	81
Tabel 4.4. Hasil Penilaian Imbal Hasil Model Pengadaan Karya Seni Rupa	82
Tabel 4.5. Kebijakan Responden Terhadap Model Pengadaan Karya.....	84
Tabel 4.6. Apa yang Responden Dengar.....	88
Tabel 4.7. Masukan dari Apa yang Responden Dengar.....	92
Tabel 4.8. Apa yang Membuat Responden Kecewa dan yang Diharapkan.....	93
Tabel 4.9. Proposisi Nilai dan Persoalan yang Diatasi	99
Tabel 4.10. Sumber Daya Pengetahuan	117
Tabel 4.11. Tarif Layanan per Karya	126
Tabel 4.12. Proyeksi Penjualan dan Pendapatan.....	130
Tabel 4.13. Struktur Biaya	131
Tabel 5.1. Struktur Permodalan	140
Tabel 5.2. Proyeksi Arus Kas, NPV, IRR, dan PP	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kanvas Model Bisnis	21
Gambar 2.2. Peta Nilai dan Peta Profil Konsumen.....	30
Gambar 2.3. Struktur Relasi Perusahaan-Konsumen Tradisional.....	35
Gambar 2.4. Struktur Relasi Perusahaan-Konsumen Modern	35
Gambar 2.5. Peta Empati	49
Gambar 4.1. Matriks Rasio Resiko dan Imbal Hasil.....	83
Gambar 4.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengambilan Keputusan.....	87
Gambar 4.3. Matriks Model Pengadaan Karya yang Diinginkan Responden	95
Gambar 4.4. Stuktur Organisasi	118