

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II.....</b>	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Definisi Model Bisnis .....	14
2.2 Komponen Model Bisnis .....	15
2.2.1 Segmen Pelanggan .....	17
2.2.2 Proposisi Nilai.....	19
2.2.3 Saluran .....	21
2.2.4 Hubungan Pelanggan .....	23
2.2.5 Arus Pendapatan .....	25
2.2.6 Sumber Daya Utama .....	26
2.2.7 Aktivitas Kunci .....	28
2.2.8 Mitra Kunci .....	29

2.2.9 Struktur Biaya .....	30
2.3 Pengembangan Model Bisnis .....	33
2.3.1 Terpacu oleh Sumber Daya .....	34
2.3.2 Terpacu oleh Penawaran .....	35
2.3.3 Terpacu oleh Pelanggan .....	35
2.3.4 Terpacu oleh Keuangan .....	37
2.3.5 Terpacu oleh Beberapa Pusat .....	38
2.4 Batik .....	39
2.4.1 Jenis-Jenis Batik .....	39
2.4.2 Motif Batik .....	40
2.4.3 Alat dan Bahan dalam Proses Batik .....	41
2.4.4 Proses Pembuatan Batik .....	42
<b>BAB III .....</b>	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian .....	44
3.2 Unit Analisis .....	44
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4 Kualitas Penelitian .....	48
3.5 Informan Penelitian .....	49
3.6 Responden Penelitian .....	50
3.7 Metode Analisis Data .....	51
3.7.1 Analisis Data Kualitatif .....	51
3.7.2 Analisis Data Kuantitatif .....	52
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>STRATEGIDAN RENCANA .....</b>	<b>54</b>
4.1 Model Bisnis CV. Smart Batik Indonesia Saat Ini .....	54
4.1.1 Proposisi Nilai .....	56
4.1.2 Segmen Pelanggan .....	57
4.1.3 Hubungan Pelanggan .....	58
4.1.4 Saluran .....	58
4.1.5 Arus Pendapatan .....	60
4.1.6 Sumber Daya Utama .....	61

4.1.7 Aktivitas Kunci .....	62
4.1.8 Mitra Kunci .....	64
4.1.9 Struktur Biaya .....	66
4.2 Model Bisnis Kompetitor .....	68
4.2.1 Proposisi Nilai .....	69
4.2.2 Segmen Pelanggan .....	70
4.2.3 Hubungan Pelanggan .....	71
4.2.4 Saluran .....	71
4.2.5 Arus Pendapatan .....	71
4.2.6 Sumber Daya Utama .....	72
4.2.7 Aktivitas Kunci .....	74
4.2.8 Mitra Kunci .....	74
4.2.9 Struktur Biaya .....	75
4.3 Peta Empati .....	76
4.3.1 Apa yang Calon Pelanggan Lihat .....	77
4.3.2 Apa yang Calon Pelanggan Pikir .....	77
4.3.3 Apa yang Calon Pelanggan Dengar .....	78
4.3.4 Apa yang Calon Pelanggan Lakukan .....	79
4.3.5 Apa yang Calon Pelanggan Khawatirkan .....	79
4.3.6 Apa yang Calon Pelanggan Ingin .....	80
4.4 Validasi Pasar .....	82
4.5 Model Model Bisnis Baru Perusahaan .....	84
4.5.1 Proposisi Nilai .....	85
4.5.2 Segmen Pelanggan .....	86
4.5.3 Hubungan Pelanggan .....	87
4.5.4 Saluran .....	88
4.5.5 Arus Pendapatan .....	88
4.5.6 Mitra Kunci .....	89
4.5.7 Aktivitas Kunci .....	90
4.5.8 Sumber Daya Utama .....	91
4.5.9 Struktur Biaya .....	92
4.6 Pengembangan Model Bisnis .....	94

4.7 Analisis Kelayakan Pengembangan Model Bisnis Secara Ekonomi.....	96
4.7.1 Analisis Skenario Normal .....	96
4.7.2 Analisis Skenario Optimis .....	105
4.7.3 Analisis Skenario Pesimis .....	107
4.8 Analisis Kelayakan Pengembangan Model Bisnis Secara Non-Ekonomi	109
4.8.1 Aspek Sosial.....	110
4.8.2 Aspek Budaya.....	110
4.8.3 Aspek Lingkungan .....	110
<b>BAB V</b> .....	112
<b>RENCANA AKSI</b> .....	112
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan.....	112
5.2 Penanggung Jawab .....	114
5.3 Ukuran Kinerja .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	116
<b>LAMPIRAN</b> .....	125