

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	1
1.1.1. Gambaran Umum Industri	1
1.1.2. Pemain Utama Kafe Kucing di Indonesia.....	6
1.1.3. Sasaran Utama.....	9
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan.....	10
1.2.1. Rencana Pendirian Perusahaan	10
1.2.2. Fasilitas Perusahaan	13
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5. Tujuan Penelitian.....	14
1.6. Manfaat Penelitian.....	14
1.7. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Industri Penyedia Minuman	16
2.2. Kafe	18
2.3. Kafe Kucing.....	19
2.4. Kanvas Model Bisnis (<i>Business Model Canvas</i>).....	22
2.5. Komponen Kanvas Model Bisnis.....	24
2.5.1. Segmen Konsumen (<i>Customer Segments</i>)	24
2.5.2. Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	26

2.5.3.	Saluran (<i>Channels</i>).....	29
2.5.4.	Hubungan dengan Konsumen (<i>Customer Relationships</i>)	29
2.5.5.	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	31
2.5.6.	Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>).....	31
2.5.7.	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	32
2.5.8.	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	33
2.5.9.	Struktur Biaya (<i>Cost Structures</i>).....	34
2.6.	Peta Empati	35
2.7.	Analisis Kelayakan Ekonomi	37
2.7.1.	<i>Net Present Value (NPV)</i>	38
2.7.2.	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	38
2.7.3.	<i>Payback Period (PP)</i>	39
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1.	Desain Penelitian	40
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.1.	Data Primer	41
3.2.2.	Data Sekunder	42
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.	Instrumen Penelitian	44
3.5.	Metode Analisis Data	46
BAB IV	STRATEGI DAN RENCANA.....	48
4.1.	Deskripsi Hasil Wawancara.....	48
4.1.1.	Dinamika Bisnis dan Informasi Umum Kafe Kucing	49
4.1.2.	Model Bisnis Kafe Kucing.....	53
4.2.	Peta Empati	66
4.2.1.	Apa yang Konsumen Lihat?.....	69
4.2.2.	Apa yang Konsumen Dengar?	71
4.2.3.	Apa yang Konsumen Pikirkan dan Rasakan?	72
4.2.4.	Apa yang Konsumen Katakan dan Lakukan?	76
4.2.5.	Apa yang Konsumen Khawatirkan?.....	78
4.2.6.	Apa Nilai yang Konsumen Ingin Dapatkan?	79
4.3.	Model Bisnis Kafe Kucing Purradise	80
4.3.1.	Segmen Konsumen (<i>Customer Segments</i>)	80

4.3.2.	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	81
4.3.3.	Saluran (<i>Channels</i>).....	83
4.3.4.	Hubungan dengan Konsumen (<i>Customer Relationships</i>)	84
4.3.5.	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	84
4.3.6.	Sumber Daya Kunci (<i>Key Resources</i>).....	85
4.3.7.	Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	86
4.3.8.	Mitra Kunci (<i>Key Partnerships</i>).....	87
4.3.9.	Struktur Biaya (<i>Cost Structures</i>).....	88
4.4.	Analisis Kelayakan	90
4.4.1.	Kelayakan Finansial	90
4.4.2.	Kelayakan Non Finansial	97
BAB V	RENCANA AKSI	98
5.1.	Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	98
5.1.1.	Tahap Persiapan	98
5.1.2.	Tahap Eksekusi	99
5.1.3.	Tahap Evaluasi	99
5.2.	Penanggung Jawab	100
5.3.	Ukuran Kinerja	101
5.4.	Identifikasi dan Mitigasi Risiko	103
5.5.	Strategi Keluar	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	109