



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>I</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>II</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>V</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>VI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>VIII</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>X</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    LINGKUNGAN EKSTERNAL PERUSAHAAN.....	1
1.2    LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN.....	7
1.2.1 <i>Status Kepemilikan</i> .....	7
1.2.2 <i>Rencana Pendirian Perusahaan</i> .....	7
1.3    RUMUSAN MASALAH .....	8
1.4    TUJUAN PENELITIAN .....	8
1.5    MANFAAT PENELITIAN .....	9
1.6    SISTEMATIKA PENULISAN.....	9
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1    E-BISNIS DAN E-DAGANG .....	11
2.2    MODE .....	12
2.3    RENCANA BISNIS .....	13
2.4    MODEL BISNIS.....	16
2.4.1 <i>Segmen Pelanggan</i> .....	21
2.4.2 <i>Proposisi Nilai</i> .....	23
2.4.3 <i>Saluran</i> .....	24
2.4.4 <i>Hubungan Pelanggan</i> .....	25
2.4.5 <i>Arus Pendapatan</i> .....	27
2.4.6 <i>Sumber Daya Utama</i> .....	28
2.4.7 <i>Aktivitas Kunci</i> .....	28
2.4.8 <i>Kemitraan Utama</i> .....	29
2.4.9 <i>Struktur Biaya</i> .....	30
2.5    ANALISIS KELAYAKAN BISNIS .....	31
2.5.1 <i>Kelayakan Non Keuangan</i> .....	32
2.5.2 <i>Kelayakan Keuangan</i> .....	33
2.6    ANALISIS SENSITIVITAS.....	34
2.7    STRATEGI KELUAR .....	35
<b>METODA PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1    TINGKAT ANALISIS.....	37
3.2    SUMBER DATA DAN METODA PENGUMPULAN DATA.....	37



3.2.1	<i>Observasi</i> .....	38
3.2.2	<i>Wawancara Mendalam</i> .....	38
3.2.3	<i>Survei</i> .....	39
3.3	TEKNIK ANALISIS DATA.....	39
3.3.1	<i>Analisis Model Bisnis</i> .....	39
3.3.2	<i>Analisis Kelayakan Non-Keuangan</i> .....	39
3.3.3	<i>Analisis Kelayakan Keuangan</i> .....	40
3.3.4	<i>Analisis Sensitivitas</i> .....	40
<b>STRATEGI DAN RENCANA</b> .....		<b>42</b>
4.1	OBSERVASI.....	42
4.2	WAWANCARA.....	44
4.3	SURVEI PELANGGAN.....	49
4.4	MISI DAN VISI .....	55
4.5	KANVAS MODEL BISNIS .....	56
4.5.1	<i>Segmen Pelanggan</i> .....	57
4.5.2	<i>Proposisi Nilai</i> .....	58
4.5.3	<i>Saluran/Channels</i> .....	59
4.5.4	<i>Hubungan Pelanggan/Customer Relationship</i> .....	60
4.5.5	<i>Arus Pendapatan/Revenue Streams</i> .....	61
4.5.6	<i>Sumber Daya Kunci/Key Resources</i> .....	62
4.5.7	<i>Aktivitas Kunci/Key Activities</i> .....	63
4.5.8	<i>Kemitraan Kunci/Key Partnership</i> .....	64
4.5.9	<i>Struktur Biaya</i> .....	65
4.6	ANALISIS KELAYAKAN NON-KEUANGAN.....	66
4.7	ANALISIS KELAYAKAN KEUANGAN .....	67
4.7.1	<i>Modal Awal</i> .....	67
4.7.2	<i>Proyeksi Penjualan</i> .....	69
4.7.3	<i>Analisis Hasil Perhitungan Proyeksi Keuangan</i> .....	71
4.7.4	<i>Analisis Sensitivitas</i> .....	72
4.8	STRATEGI KELUAR .....	76
<b>RENCANA AKSI</b> .....		<b>77</b>
5.1	PERENCANAAN KEGIATAN .....	77
5.2	WAKTU .....	78
5.3	PENANGGUNG JAWAB.....	80
5.4	UKURAN KINERJA .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PERTUMBUHAN PDB INDONESIA .....	1
TABEL 1.2 PENGELOMPOKAN SOCIAL ECONOMY STATUS (SES).....	2
TABEL 1.3 DAFTAR NAMA PESAING BISNIS AKSESORIS .....	5
TABEL 2.1 PERBEDAAN 3 TIPE RENCANA BISNIS .....	14
TABEL 2.2 ANALISIS KELAYAKAN NON-KEUANGAN.....	32
TABEL 2.3 METODE ANALISIS DAN RUMUS PERHITUNGAN KELAYAKAN EKONOMI .....	34
TABEL 2.4 METODA ANALISIS RISIKO .....	35
TABEL 3.1 SUMBER DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA.....	37
TABEL 3.2 METODA ANALISIS KELAYAKAN EKONOMI.....	40
TABEL 4.1 HASIL OBSERVASI.....	43
TABEL 4.2 PROFIL NARASUMBER WAWANCARA.....	44
TABEL 4.3 INVESTASI AWAL YOUROWNCHARM.....	67
TABEL 4.4 PENGELUARAN OPERASIONAL PER TAHUN .....	69
TABEL 4.5 PROYEKSI PENJUALAN YOUROWNCHARM.....	70
TABEL 4.6 PROYEKSI PERTUMBUHAN PENJUALAN AKSESORIS DALAM 5 TAHUN ..	71
TABEL 4.7 PROYEKSI ARUS KAS .....	71
TABEL 4.8 ANALISIS SENSITIVITAS.....	73
TABEL 4.9 PROYEKSI ARUS KAS DENGAN SKENARIO .....	74
TABEL 5.1 WAKTU PELAKSANAAN KEGIATAN.....	79



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 PERSENTASE KATEGORI PRODUK DARING PALING POPULER.....	3
GAMBAR 2.1 KOMPONEN MODEL BISNIS .....	19
GAMBAR 2.2 SEMBILAN BLOK BANGUNAN.....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
GAMBAR 4.1 JENIS PEKERJAAN RESPONDEN .....	50
GAMBAR 4.2 JUMLAH PENGELUARAN RESPONDEN PERBULAN .....	51
GAMBAR 4.3 JENIS AKSESORIS YANG PALING SERING DIBELI OLEH RESPONDEN .	52
GAMBAR 4.4 CARA PEMBELIAN PRODUK AKSESORIS OLEH RESPONDEN .....	52
GAMBAR 4.5 PRIORITAS RESPONDEN DALAM MEMBELI PRODUK AKSESORIS .....	54
GAMBAR 4.6 HARGA YANG RELA DIBAYARKAN OLEH KONSUMEN .....	55
GAMBAR 4.7 LOGO YOUROWNCHARM .....	56
GAMBAR 4.8 KANVAS MODEL BISNIS YOUROWNCHARM.....	57
GAMBAR 4.9 CONTOH PRODUK DARI YOUROWNCHARM .....	59
GAMBAR 4.10 STRUKTUR ORGANISASI YOUROWNCHARM .....	62
GAMBAR 4.11 PROSES AKTIVITAS PELAYANAN KONSUMEN .....	64



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**RENCANA BISNIS YOUROWNCHARM**  
ALBERT STEFIANUS H., Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D  
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER SURVEI PELANGGAN .....	85
LAMPIRAN 2 DAFTAR PERTANYAAN DAN HASIL WAWANCARA.....	87