



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	9
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	13



1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Definisi Model Bisnis	14
2.2 Komponen Model Bisnis	16
2.3 Kanvas Model Bisnis	19
2.3.1 Segmen Pelanggan	20
2.3.2 Proposisi Nilai	23
2.3.3 Saluran	27
2.3.4 Hubungan Pelanggan	28
2.3.5 Arus Pendapatan	30
2.3.6 Sumber Daya Utama	31
2.3.7 Aktivitas Kunci	32
2.3.8 Kemitraan Utama	33
2.3.9 Struktur Biaya	34
2.4 Teknik Perancangan Model Bisnis	35
2.5 Location-based Services	36
2.5.1 GPS (Global Positioning System)	38
2.5.2 Pelacakan Menara Seluler	38
2.5.3 Wireless LAN / Wi-Fi	39
2.5.4 Sensor dan RFID (<i>Radio Frequency Identification</i>)	39



BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Unit Analisis	40
3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	40
3.3 Tahapan Penelitian	42
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	44
4.1 Model bisnis Telkomsel Digital Advertising	44
4.1.1 Kanvas Model Bisnis Telkomsel Digital Advertising	45
4.2 Model bisnis Bonial.com	49
4.2.1 Kanvas Model Bisnis Bonial.com	50
4.3 Hasil Peta Empati	53
4.3.1 Apa yang pelanggan lihat	54
4.3.2 Apa yang pelanggan dengar	56
4.3.3 Apa yang pelanggan pikirkan	58
4.3.4 Apa yang pelanggan lakukan	60
4.3.5 Apa yang pelanggan takutkan	63
4.3.6 Apa yang pelanggan inginkan	64
4.3.7 Kesimpulan Peta Empati	66
4.4 Rancangan Model Bisnis dSekitar	67
BAB V RENCANA AKSI	76
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	76



5.2 Penanggung Jawab Kegiatan	78
5.3 Ukuran Kinerja.....	79
5.4 Analisis Kelayakan Bisnis.....	80
5.5 Analisis Sensitifitas.....	81
5.6 Perencanaan Mitigasi	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85