



## 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>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Startup.....	9
2.1.1 Definisi Startup .....	9
2.1.2 Fase Perkembangan Startup .....	10
2.2 Model Bisnis .....	11
2.2.1 Definisi Model Bisnis .....	13
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Model Bisnis .....	14
2.2.3 Komponen Model Bisnis .....	15
2.2.3.1 Segmen Pelanggan ( <i>Customer Segmen</i> ) .....	16
2.2.3.2 Proposisi Nilai ( <i>Value Proposition</i> ).....	18
2.2.3.3 Saluran ( <i>Channel</i> ) .....	19
2.2.3.4 Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relationship</i> ).....	21
2.2.3.5 Arus Pendapatan ( <i>Revenue Stream</i> ).....	23
2.2.3.6 Sumber Daya Utama ( <i>Key Resource</i> ) .....	25
2.2.3.7 Aktivitas Kunci ( <i>Key Activities</i> ) .....	27
2.2.3.8 Kunci Kemitraan ( <i>Key Partners</i> ).....	27
2.2.3.9 Struktur Biaya ( <i>Cost Structure</i> ) .....	28
2.3 Teknik Penyusunan Model Bisnis .....	30
2.4 Peta Empati .....	30



<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Unit Analisis .....	33
3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	33
<b>BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....</b>	<b>36</b>
4.1 Model Bisnis CV Putra Nugraha Wedding.....	36
4.1.1 Segmen Pelanggan .....	37
4.1.2 Proposisi Nilai.....	38
4.1.3 Saluran (Channel) .....	38
4.1.4 Hubungan Pelanggan .....	39
4.1.5 Aliran Pendapatan.....	40
4.1.6 Sumber Daya Utama .....	40
4.1.7 Aktivitas Kunci .....	41
4.1.8 Kunci Kemitraan .....	41
4.1.9 Struktur Biaya .....	42
4.2 Analisis Peta Empati Calon Pelanggan Wemary .....	43
4.2.1 Apa yang Pelanggan Lihat? .....	44
4.2.2 Apa yang Pelanggan Dengar? .....	45
4.2.3 Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan?.....	46
4.2.4 Apa yang Pelanggan Ucapkan dan Lakukan?.....	47
4.2.5 Apa yang Pelanggan Khawatirkan? .....	48
4.2.6 Apa yang Pelanggan ingin Perolehkan?.....	50
4.3 Model Bisnis Platform Website Pernikahan Terintegrasi Wemary .....	52
4.3.1 Segmen Pelanggan .....	52
4.3.2 Proposisi Nilai.....	53
4.3.3 Saluran (Channel) .....	54
4.3.4 Hubungan Pelanggan .....	55
4.3.5 Arus Pendapatan .....	56
4.3.6 Sumberdaya Kunci.....	57
4.3.7 Aktivitas Kunci .....	57
4.3.8 Kemitraan Kunci .....	58
4.3.9 Struktur Biaya .....	59
<b>BAB V RENCANA AKSI.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....	62
5.1.1 Tahap Persiapan .....	62
5.1.2 Tahap Pelaksanaan.....	63
5.1.3 Tahap Evaluasi .....	63
5.2 Penanggung Jawab.....	64
5.3 Ukuran Kinerja.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>