

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Lingkungan Eksternal	1
1.2. Lingkungan Internal	5
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Restoran.....	9
2.2. Peta Empati	13

2.3. Model Bisnis	14
2.3.1 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	17
2.3.2 Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	18
2.3.3 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	19
2.3.4 Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>).....	20
2.3.5 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	21
2.3.6 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	22
2.3.7 Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	23
2.3.8 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	23
2.3.9 Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	24
2.4. Analisis Kelayakan Ekonomi	25
2.5. Strategi Keluar	27
 BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1 Wawancara.....	29
3.2.2 Survei	31
3.2.3 Studi Kepustakaan.....	32
3.3. Metode Analisis Data.....	32
3.4. Kualitas Penelitian	33

BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	35
4.1. Analisis Peta Empati	35
4.1.1. Apa yang Pelanggan Lihat	38
4.1.2. Apa yang Pelanggan Pikirkan dan Rasakan	40
4.1.3. Apa yang Pelanggan Dengar	42
4.1.4. Apa yang Pelanggan Katakan dan Lakukan	44
4.1.5. Apa yang Pelanggan Khawatirkan	46
4.1.6. Apa yang Ingin Pelanggan Dapatkan	47
4.1.7. Hasil Peta Empati	48
4.2. Analisis Kanvas Model Bisnis RM Jawa Bu Sudar	49
4.2.1. Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	50
4.2.2. Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>)	50
4.2.3. Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	51
4.2.4. Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>)	51
4.2.5. Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	52
4.2.6. Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	52
4.2.7. Saluran Perantara (<i>Channels</i>)	53
4.2.8. Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	53
4.2.9. Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>)	54
4.3. Analisis Kanvas Model Bisnis “Mriki Niki”	55
4.3.1. Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	56
4.3.2. Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>)	56
4.3.3. Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	57



4.3.4	Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>).....	57
4.3.5	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	58
4.3.6	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	59
4.3.7	Saluran Perantara (<i>Channels</i>).....	59
4.3.8	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	60
4.3.9	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	61
4.4	Perancangan Model Bisnis	62
4.4.1	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	62
4.4.2	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	63
4.4.3	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	64
4.4.4	Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>).....	64
4.4.5	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	65
4.4.6	Saluran Perantara (<i>Channels</i>)	66
4.4.7	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	67
4.4.8	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	68
4.4.9	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	71
4.5	Kanvas Model Bisnis “LeGundi”	72
4.6	Analisis Kelayakan Ekonomi	73
4.6.1	Analisis Sensitivitas.....	73
4.7	Desain “LeGundi”	76
4.8	Strategi Keluar.....	78



BAB V RENCANA AKSI.....	79
5.1. Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan	79
5.1.1. Tahap Persiapan	80
5.1.2. Tahap Realisasi	81
5.1.3. Tahap Evaluasi	82
5.2. Penanggung Jawab	82
5.3. Ukuran Kinerja.....	84
 DAFTAR PUSTAKA	 86
LAMPIRAN.....	91