

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Tugas Akhir.....	8
I.4 Manfaat Tugas Akhir	9
I.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
II.1 Literatur Terkait.....	11
II.1.1 Model Bisnis.....	11
II.1.2 Business Model Canvas.....	11
II.1.3 Lean Canvas.....	13
II.1.4 Pemasaran	15
II.1.5 Marketing Mix	15
II.1.6 Analisis SWOT	16
II.1.7 Analisis Lingkungan Bisnis	17

II.1.8 Customer Profile	17
II.2 Alasan Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah	18
BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH	20
III.1 Sistematika Perancangan.....	20
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data.....	22
III.1.2 Tahap Pengolahan Data	22
III.1.3 Tahap Perancangan Model Bisnis.....	23
III.1.4 Tahap Akhir	24
III.2 Identifikasi Sistem Terintegrasi.....	24
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	25
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	26
IV.1 Profil Bisnis	26
IV.2 Deskripsi Data	27
IV.2.1 Business Model Canvas Eksisting PT Sila Agri Inovasi	27
IV.2.1.1 <i>Customer Segments</i>	29
IV.2.1.2 <i>Value Proposition</i>	29
IV.2.1.3 <i>Channels</i>	30
IV.2.1.4 <i>Customer Relationship</i>	36
IV.2.1.5 <i>Revenue Streams</i>	37
IV.2.1.6 <i>Key Resources</i>	37
IV.2.1.7 <i>Key Activities</i>	39
IV.2.1.8 <i>Key Partnership</i>	42
IV.2.1.9 <i>Cost Structure</i>	42
IV.2.2 Data <i>Customer Profile</i> PT Sila Agri Inovasi.....	43
IV.2.2.1 <i>Customer Profile</i> Pelanggan Individu.....	44
IV.2.2.1 <i>Customer Profile</i> Pelanggan Bisnis	48

IV.2.3 Data Lingkungan Bisnis PT Sila Agri Inovasi.....	50
IV.2.3.1 <i>Market Force</i>	51
IV.2.3.2 <i>Industry Force</i>	53
IV.2.3.3 <i>Key Trends</i>	55
IV.2.3.4 <i>Macro-economic Force</i>	57
IV.3 Spesifikasi Perancangan dan Standar Perancangan.....	57
IV.4 Proses Perancangan	61
IV.4.1 Analisis SWOT <i>Customer Interface</i>	61
IV.4.2 Analisis SWOT <i>Value Propositions</i>	65
IV.4.3 Analisis SWOT <i>Cost/Revenue Streams</i>	69
IV.4.4 Analisis SWOT <i>Company Infrastructure</i>	71
IV.5 Perhitungan Bobot, Skor, Matriks TOWS, dan Usulan.....	76
IV.5.1 <i>Customer Interface</i>	76
IV.5.2 <i>Value Propositions</i>	83
IV.5.3 <i>Cost/Revenue Streams</i>	89
IV.5.4 <i>Company Infrastructure</i>	95
IV.6 Keseluruhan Strategi Usulan PT Sila Agri Inovasi	103
IV.7 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	112
IV.7.1 <i>Pain Relievers</i>	113
IV.7.2 <i>Gain Creators</i>	114
IV.7.3 <i>Products and Services</i>	116
IV.7.4 <i>Fit Value Proposition</i> dengan <i>Customer Profile</i>	116
IV.8 Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan	118
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI HASIL RANCANGAN	135
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan.....	135
V.2 Validasi Hasil Rancangan	135

V.3 Evaluasi Hasil Rancangan	140
V.4 Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	141
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	147
VI.1 Kesimpulan	147
VI.2 Saran	149
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	152