

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Istilah	xv
Daftar Singkatan	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.5 Batasan Penelitian	8
I.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
II.1 Pengertian Model Bisnis	10
II.2 Perbandingan Jenis Model Bisnis.....	11
II.3 <i>Bussiness Model Canvas</i>	13
II. 3.1 9 Elemen Model Bisnis Kanvas	15
II.4 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
III.1 Model Konseptual	22
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	24
III.3 Tahap Pendahuluan	26
III.4 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	27

III.4.1	Identifikasi Kebutuhan Data	27
III.4.2	Wawancara	28
III.4.3	Beachmarking	29
III.4.4	Pengolahan Data	30
III.5	Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis	32
III.6	Tahap Kesimpulan dan Saran	32
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	33
IV.1	Pengumpulan Data	33
IV.1.1	Pengumpulan Data Internal UKM Whelhouse	33
IV.1.1.1	Profil UKM Whelhouse	34
IV.1.1.2	Visi, Misi dan Strategi Organisasi	34
IV.1.1.3	Deskripsi Produk	35
IV.1.1.3	Saluran Penjualan	37
IV.1.1.5	Profil UKM Whelhouse	38
IV.1.1.6	Mitra Bisnis	41
IV.1.1.7	Kegiatan UKM Whelhouse	41
IV.1.1.8	Biaya	42
IV.1.2	Pengumpulan <i>Benchmarking</i> UKM Sejenis	43
IV.1.2	UKM Unionwell	44
IV.1.2.1	<i>Customer Segments</i>	45
IV.1.1.2	<i>Value Prepositions</i>	45
IV.1.2.2.1	<i>Physique</i>	45
IV.1.2.2.2	Harga.....	46
IV.1.2.3	<i>Revenue Streams</i>	47
IV.1.2.4	<i>Channels</i>	47
IV.1.2.4.1	Saluran Komunikasi.....	47
IV.1.2.4.2	Saluran Distribusi.....	47
IV.1.2.5	<i>Customer Relationship</i>	47
IV.1.2.6	<i>Key Resources</i>	47
IV.1.2.6.1	Sumber Daya Fisik.....	47

IV.1.2.7 <i>Key Activities</i>	47
IV.1.2.7.1 <i>Produksi</i>	47
IV.1.2.7.2 <i>Pemasaran</i>	47
IV.1.2.8 <i>Key Partnership</i>	47
IV.1.2.9 <i>Cost Structure</i>	47
IV.1.3 <i>UKM Riders and Rules</i>	48
IV.1.3.1 <i>Customer Segments</i>	48
IV.1.3.2 <i>Value Propositions</i>	48
IV.1.3.2.1 <i>Physique</i>	49
IV.1.3.2.2 <i>Harga</i>	49
IV.1.3.3 <i>Revenue Streams</i>	49
IV.1.3.4 <i>Channels</i>	49
IV.1.3.4.1 <i>Saluran Komunikasi</i>	49
IV.1.3.4.2 <i>Saluran Distribusi</i>	50
IV.1.3.5 <i>Customer Relationship</i>	50
IV.1.3.6 <i>Key Resources</i>	50
IV.1.3.6.1 <i>Sumber Daya Manusia</i>	50
IV.1.3.6.2 <i>Sumber Daya Fisik</i>	50
IV.1.3.7 <i>Key Activities</i>	50
IV.1.3.7.1 <i>Produksi</i>	51
IV.1.3.7.2 <i>Pemasaran</i>	51
IV.1.3.8 <i>Key Partnership</i>	51
IV.1.3.9 <i>Cost Structure</i>	51
IV.1.4 <i>UKM Boulter</i>	52
IV.1.4.1 <i>Customer Segments</i>	52
IV.1.4.2 <i>Value Propositions</i>	53
IV.1.4.2.1 <i>Physique</i>	54
IV.1.4.2.2 <i>Harga</i>	55
IV.1.4.3 <i>Revenue Streams</i>	55
IV.1.4.4 <i>Channels</i>	56
IV.1.4.4.1 <i>Saluran Komunikasi</i>	57

IV.1.4.4.2	Saulran Distribusi.....	57
IV.1.4.5	<i>Customer Relationship</i>	58
IV.1.4.6	<i>Key Resources</i>	59
IV.1.4.6.1	Sumber Daya Manusia.....	60
IV.1.4.6.2	Sumber Daya Fisik.....	61
IV.1.4.7	<i>Key Activities</i>	62
IV.1.4.7.1	Produksi.....	62
IV.1.4.7.2	Pemasaran.....	63
IV.1.4.8	<i>Key Partnership</i>	63
IV.1.4.9	<i>Cost Structure</i>	63
IV.1.5	Koleksi Data <i>Benchmarking</i>	64
IV.2	Pengolahan Data	74
IV.2.1	Pengolahan Data Internal UKM Wheelhouse dan Peta Model Bisnis Eksisting 74	
IV.2.2	Pemetaan Model Bisnis Eksisting	75
IV.2.3	Pengolahan Dats <i>Benchmarking</i>	76
IV.2.3	Pengolahan Dats Wawancara	77
IV.2.3	Pengolahan Dats <i>Benchmarking</i>	76
IV.2	Identifikasi Gap dan Penentuan Improvement	78
BAB V	ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS	81
V.1	Evaluasi dan Langkah Perbaikan Model Bisnis Eksisting	81
V.2	Customer Segments	91
V.2.1	Segmentasi Geografik.....	91
V.2.2	Segmentasi Sosio-Demografik.....	92
V.2.3	Segmentasi Psikografik	93
V.3	Value Proposition	93
V.3.1	<i>Product Personality</i>	95
V.3.2	<i>Product Physical</i>	97
V.4	<i>Channel</i>	97
V.5	<i>Customer Relationship</i>	101
V.6	<i>Revenue Streams</i>	101
V.7	<i>Key Resource</i>	101

V.8 <i>Key Activities</i>	102
V.8.1 Operasi Produksi	102
V.8.1.1 Input	102
V.8.1.2 Transformasi	103
V.8.1.3 Output	103
V.8.2 Pemasaran	103
V.9 <i>Key Patners</i>	103
V.9.1 Penyedia Bahan Bakar	104
V.9.2 Vendor Produksi	104
V.9.3 Vendor Pengemasan	104
V.9.4 Pihak Konsinyasi	104
V.9.5 Pihak Penyelenggara Acara	105
V.9.6 Jasa Lukis Produk	105
V.10 <i>Cost Structure</i>	105
V.10.1 Biaya Sumber Daya Utama	106
V.10.2 Biaya Aktifitas Utama	106
V.11 Peta Model Bisnis Kanvas UKM Wheelhouse	108
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	116
VI.1 Kesimpulan	116
VI.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN A	122
LAMPIRAN B	128