

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
. BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
I.5 Batasan Penelitian.....	6
I.6 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
II.1 Pengertian Model Bisnis .....	8
II.2 Perbandingan Jenis Model Bisnis.....	9
II.3 Business Model Canvas .....	11
II.4 Perancangan Wawancara.....	21
II.5 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan .....	21
II.6 <i>Brand Identity</i> .....	22
II.6.1 Atribut Prisma <i>Brand Identity</i> .....	23

II.7	Segmentasi Pasar.....	26
II.8	Analisis SWOT ( <i>Strenghts, Weaknesses, Oppurtunities, Threats</i> ) ....	27
II.9	<i>Benchmarking</i> .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
III.1	Model Konseptual .....	29
III.1.1	<i>Input</i> 30	
III.1.2	<i>Process</i> 30	
III.1.3	<i>Output</i> 33	
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah .....	34
III.2.1	Tahap Pendahuluan .....	35
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data .....	36
III.2.3	Identifikasi Kebutuhan Data .....	36
III.2.4	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	37
III.2.5	Tahap Perancangan Model Bisnis.....	38
III.2.6	Tahap Analisis Model Bisnis .....	39
III.2.7	Kesimpulan dan Saran.....	39
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>		<b>40</b>
IV.1	Pengumpulan Data Internal UKM Vaga .....	40
IV.1.1	Profil Pemilik.....	40
IV.1.2	Profil Vaga.....	40
IV.1.3	Deskripsi Produk.....	41
IV.2	Pengumpulan Data Pendukung .....	42
IV.2.1	Segmentasi Pasar.....	43
IV.2.2	Media Komunikasi dan Saluran Distribusi .....	46
IV.3	Pengumpulan dan Pengolahan Data Pendukung.....	48

IV.3.1	Data Identifikasi Kebutuhan Segmen Pasar Berdasarkan Variabel Manifest <i>Brand Identity</i> .....	49
IV.3.2	Penyusunan Daftar Pernyataan.....	49
IV.3.3	Pengolahan Hasil Wawancara .....	50
IV.3.4	Hasil Wawancara .....	52
IV.4	Pengumpulan dan Pengolahan Data Perusahaan Kompetitor Sejenis	53
IV.4.1	Data Perusahaan Kompetitor Lima .....	53
IV.4.2	Data Perusahaan kompetitor Matoa .....	58
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS .....</b>	<b>64</b>
V.1	<i>Customer Segments</i> .....	64
V.2	<i>Value propositions</i> .....	64
V.2.1	<i>Physique</i> 64	
V.2.2	<i>Personality</i> 65	
V.2.3	<i>Culture</i> 65	
V.3	<i>Channels</i> .....	66
V.4	<i>Customer Relationships</i> .....	67
V.5	<i>Revenue Streams</i> .....	68
V.6	<i>Key Resources</i> .....	69
V.7	<i>Key Activities</i> .....	70
V.8	<i>Key Partnerships</i> .....	73
V.8.1	Penyedia Bahan Baku.....	73
V.8.2	Vendor Produksi.....	73
V.8.3	Vendor Pengemasan .....	73
V.9	<i>Cost Structure</i> .....	74
V.9.1	Biaya Sumber Daya Utama.....	74

<b>V.9.2 Biaya Aktifitas Utama .....</b>	<b>74</b>
<b>V.11 Peta Model Bisnis UKM Vaga Dengan Menggunakan Pendekatan</b> <b><i>Business Model Canvas</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
<b>VI.1 Kesimpulan .....</b>	<b>80</b>
<b>VI.2 Saran .....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>