

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 1 |
| 1.1.1 Profil Perusahaan | 1 |
| 1.1.2 Struktur Organisasi | 2 |
| 1.1.3 Logo Perusahaan..... | 3 |
| 1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan..... | 4 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian..... | 4 |
| 1.3 Fokus Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.6 Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.6.1 Kegunaan Teoritis | 8 |
| 1.6.2 Kegunaan Praktis | 8 |
| 1.7 Waktu dan Periode Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN | |
| 2.1 Rangkuman Teori | 10 |
| 2.1.1 Pengertian <i>Entrepreneurship</i> | 10 |
| 2.1.2 Model Bisnis Kanvas | 10 |
| 2.1.3 Peta Empati (<i>Empathy Map</i>) | 13 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.1.4 | <i>Value Proposition</i> (Nilai Proposisi)..... | 14 |
| 2.1.5 | <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan)..... | 16 |
| 2.1.6 | <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)..... | 17 |
| 2.1.7 | <i>Channels</i> (Saluran)..... | 18 |
| 2.1.8 | <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama) | 20 |
| 2.1.9 | <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) | 21 |
| 2.1.10 | <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci) | 22 |
| 2.1.11 | <i>Revenue Stream</i> (Arus Pendapatan)..... | 23 |
| 2.1.12 | <i>Cost Structures</i> (Struktur Biaya)..... | 24 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 38 |
| 2.4 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 40 |
| 2.4.1 | Lokasi dan Objek Penelitian..... | 41 |
| 2.4.2 | Waktu Penelitian..... | 41 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | | |
|-------|-------------------------------------|----|
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 42 |
| 3.2 | Tahapan Penelitian | 43 |
| 3.3 | Situasi Sosial..... | 46 |
| 3.4 | Narasumber..... | 46 |
| 3.5 | Operasional Variabel..... | 48 |
| 3.6 | Sumber Data | 51 |
| 3.6.1 | Jenis Data | 51 |
| 3.7 | Metode Pengumpulan Sumber Data..... | 51 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-------|--|----|
| 4.1 | Karakteristik Informan | 56 |
| 4.2 | Hasil Wawancara | 57 |
| 4.3 | <i>Business Model Canvas</i> Armor Kopi Bandung | 60 |
| 4.4 | Hasil Pembahasan <i>Business Model Canvas</i> Armor Kopi Bandung | 61 |
| 4.4.1 | <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai) | 61 |
| 4.4.2 | <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan) | 65 |
| 4.4.3 | <i>Channels</i> (Saluran) | 68 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4.4 <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan) | 70 |
| 4.4.5 <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)..... | 73 |
| 4.4.6 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)..... | 74 |
| 4.4.7 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) | 77 |
| 4.4.8 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)..... | 78 |
| 4.4.9 <i>Cost Structures</i> (Struktur Biaya) | 80 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 81 |
| 5.2 Saran..... | 82 |
| 5.2.1 Saran Bagi Armor Kopi Bandung | 82 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 84 |
| LAMPIRAN | |