

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Rumusan Masalah .....	6
I.3    Tujuan Penelitian.....	7
I.4    Manfaat Penelitian.....	7
I.5    Batasan Masalah.....	7
I.6    Sistematika Penulisan.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
II.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	9
II.2 <i>Value Proposition Canvas</i> (VPC) .....	12
II.3    Lingkungan Model Bisnis .....	13
II.4    Analisis <i>SWOT</i> .....	16
II.5    Skala Likert .....	16
II.6    Validasi Model Bisnis .....	18
II.7    Perhitungan Harga Pokok Produksi .....	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....	20
III.1    Model Konseptual .....	20
III.2    Sistematika Pemecahan Masalah .....	21
III.2.1    Tahap Pendahuluan .....	23
III.2.2    Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	23
III.3    Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis .....	26
III.3.1    Analisis <i>SWOT</i> .....	27
III.3.2    Perancangan Model Bisnis .....	27

III.4	Kesimpulan dan Saran.....	27
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		28
IV.1	Kondisi Eksisting Business Model Canvas Cotton.go .....	28
IV.1.1	<i>Customer Segment</i> Eksisting Cotton.go.....	29
IV.1.2	<i>Value Proposition</i> Eksisting Cotton.go.....	31
IV.1.3	<i>Channel</i> Eksisting Cotton.go .....	32
IV.1.4	<i>Customer Relationship</i> Eksisting Cotton.go. ....	33
IV.1.5	<i>Revenue Stream</i> Eksisting Cotton.go .....	34
IV.1.6	<i>Key Activities</i> Eksisting Cotton.go.....	34
IV.1.7	<i>Key Resource</i> Eksisting Cotton.go.....	36
IV.1.8	<i>Key Partnership</i> Eksisting Cotton.go .....	37
IV.1.9	<i>Cost Structure</i> Eksisting Cotton.go .....	38
IV.2	Pengumpulan dan Pengolahan Data Analisis <i>SWOT</i> Model Bisnis.....	40
IV.2.1	Proposisi Nilai.....	44
IV.2.2	Biaya dan Pendapatan .....	47
IV.2.3	Infrastruktur .....	51
IV.2.4	Hubungan Pelanggan .....	54
IV.3	Kondisi Lingkungan Model Bisnis Cotton.go.....	58
IV.3.1	<i>Market Forces</i> (Kekuatan Pasar) .....	58
IV.3.2	<i>Industry Forces</i> (Kekuatan Industri).....	65
IV.3.3	<i>Key Trends</i> (Tren-Tren Kunci) .....	69
IV.3.4	<i>Macro Economic Forces</i> (Kekuatan Ekonomi Makro).....	74
IV.4	<i>Customer Profile</i> Eksisting Cotton.go .....	76
IV.4.1	<i>Customer Profile</i> .....	77
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN .....		83
V.I	Analisis Lingkungan Model Bisnis Eksisting Cotton.go .....	83
V.2	Perancangan <i>Value Maps</i> Terhadap <i>Customer Profile</i> .....	86
V.2.1	<i>Pain Relievers</i> .....	86
V.2.2	<i>Gain Creators</i> .....	88
V.2.3	<i>Product and Services</i> .....	89
V.3	Analisis <i>SWOT</i> Kondisi Eksisting Model Bisnis Cotton.go .....	89
V.3.1	Matriks <i>TOWS</i> .....	92
V.4	Perancangan Strategi Untuk Model Bisnis Usulan Cotton.go .....	93
V.5	Validasi Usulan Strategi Model Bisnis. ....	100

V.5.1	Validasi Dampak Finansial Usulan Strategi <i>Cross Selling</i> Produk	100
V.5.2	Validasi Dampak Finansial Alternatif <i>Supplier</i> Bahan Baku. ....	101
V.5.3	Biaya Pemasaran Video Digital .....	109
V.5.4	Kesimpulan Validasi Model Bisnis.....	110
V.6	Perancangan Model Bisnis Usulan Untuk Cotton.go .....	112
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		118
VI.1	Kesimpulan.....	118
VI.2	Implikasi Manajerial .....	123
VI.3	Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA .....		124
LAMPIRAN.....		130