

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.4.1 Manfaat Teoritis	6
I.4.2 Manfaat Praktis.....	6
I.5 Batasan Masalah	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Strategi	8
II.2 Manajemen Strategi	8
II.3 Manajemen Pemasaran	8
II.4 Model Bisnis	8
II.5 Business Model Canvas	9
II.6 Analisis SWOT.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25

III.1 Model Konseptual	25
III.2 Sistematika Penelitian	27
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	28
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
III.2.3 Identifikasi Kebutuhan Data	30
III.2.4 Tahap Perancangan Model Bisnis.....	32
III.2.5 Tahap Kesimpulan dan Saran	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	34
IV.1 Kondisi Eksisting <i>Business Model Canvas</i> Atelier Prana.....	34
IV.1.1 <i>Customer Segment</i> Eksisting Atelier Prana	35
IV.1.2 <i>Value Proposition</i> Eksisting Atelier Prana.....	37
IV.1.3 <i>Channel</i> Eksisting Atelier Prana.....	38
IV.1.4 <i>Customer Relationship</i> Eksisting Atelier Prana	41
IV.1.5 <i>Revenue Stream</i> Eksisting Atelier Prana	42
IV.1.6 <i>Key Activity</i> Eksisting Atelier Prana.....	42
IV.1.7 <i>Key Resource</i> Eksisting Atelier Prana	43
IV.1.8 <i>Key Partnership</i> Eksisting Atelier Prana.....	45
IV.1.9 <i>Cost Structure</i> Eksisting Atelier Prana.....	46
IV.2 Kondisi Eksisting Lingkungan Internal Model Bisnis	48
IV.2.1 <i>Resource</i>	48
IV.2.2 <i>Infrastructure</i>	50
IV.2.3 <i>Capability</i>	51
IV.2.4 <i>Targeting Segment</i>	51
IV.3 Kondisi Eksisting Lingkungan Eksternal Model Bisnis	52

IV.3.1 <i>Market Force</i>	52
IV.3.2 <i>Industrial Force</i>	54
IV.3.3 <i>Key Trend</i>	58
IV.3.4 <i>Macro Economy Force</i>	62
IV.4 Pengolahan Data.....	64
IV.4.1 <i>Strength and Weakness</i> Proposisi Nilai	72
IV.4.2 <i>Opportunity</i> Proposisi Nilai.....	72
IV.4.3 <i>Threat</i> Proposisi Nilai.....	73
IV.4.4 <i>Strength and Weakness</i> Biaya dan Pendapatan	74
IV.4.5 <i>Opportunity</i> Biaya dan Pendapatan	75
IV.4.6 <i>Threat</i> Biaya dan Pendapatan	76
IV.4.7 <i>Strength and Weakness</i> Infrastruktur.....	77
IV.4.8 <i>Opportunity</i> Infrastruktur	78
IV.4.9 <i>Threat</i> Infrastruktur	79
IV.4.11 <i>Opportunity</i> Hubungan Pelanggan	81
IV.4.12 <i>Threat</i> Hubungan Pelanggan	83
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN	84
V.1 Analisis <i>SWOT</i> Kondisi Eksisting	84
V.1.1 Proporsi Nilai	84
V.1.2 Biaya dan Pendapatan	87
V.1.3 Infrastruktur	91
V.1.4 Hubungan Pelanggan	95
V.2 Kesimpulan Analisis <i>SWOT</i> Kondisi Eksisting <i>Business Model Canvas</i> Atelier Prana	99

V.2.1 <i>Strength and Opportunity (SO)</i>	101
V.2.2 <i>Weakness and Opportunity (WO)</i>	103
V.2.3 <i>Strength and Threats (ST)</i>	104
V.2.4 <i>Weakness and Threats (WT)</i>	105
V.3 Perancangan Model Bisnis Baru Atelier Prana	106
V.4 Analisis Hasil Perancangan Model Bisnis Baru	108
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	112
VI.1 Kesimpulan	112
VI.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	xv