

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Pembahasan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
II.1 Model Bisnis	7
II.2 Pola Model Bisnis.....	8
II.3 Posisi Penelitian.....	9
II. 4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	14
II.5 <i>Value Proposition Canvas</i> (VPC).....	18
II.6 Lingkungan Model Bisnis	19
II.7 Analisis SWOT	22
II.8 Perhitungan Biaya	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
III.1 Model Konseptual	25

III.2 Sistematika Penelitian.....	26
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	27
III.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	28
III.4 Identifikasi Kebutuhan Data	29
III.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
III.5.1 Pengumpulan Data Eksisting	30
III.5.1.1 Teknik Sampling.....	30
III.5.2 Penilaian Swot	32
III.5.2.1 Teknik Sampling.....	32
III.5.2.3 Kecukupan Data.....	33
III.6 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	34
III.6.1 Analisis SWOT	34
III.6.2 Perancangan Model Bisnis.....	35
III.7 Kesimpulan dan Saran.....	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	36
IV.1 Kondisi Eksisting Business Model Canvas TWS Petshop	36
IV.1.1 <i>Customer Segment</i> Eksisting TWS Petshop	36
IV.1.2 <i>Value Proposition</i> Eksisting TWS Petshop	38
IV.1.3 <i>Channel</i> Eksisting TWS Petshop	39
IV.1.4 <i>Customer Relationship</i> Eksisting TWS Petshop	40
IV.1.5 <i>Key Resources</i> Eksisting TWS Petshop	41
IV.1.6 <i>Key Activity</i> Eksisting TWS Petshop.....	42
IV.1.7 <i>Key Partnership</i> Eksisting TWS Petshop	43
IV. 1.8 <i>Revenue Stream dan Cost Structure</i> Eksisting TWS Petshop	44
IV. 1.8.1 Perhitungan Biaya.....	44
IV. 1.8.2 <i>Revenue Stream</i> Eksisting TWS Petshop	46
IV.1.8.3 <i>Cost Structure</i> Eksisting TWS Petshop	46
IV. 2 Pengumpulan dan Pengolahan Data Analisis SWOT Model Bisnis ...	46
IV.2.1 Proporsisi Nilai	47
IV.2.2 Biaya dan Pendapatan.....	49
IV.2.3 Infrastruktur	53
IV.2.4 Hubungan Pelanggan.....	56

IV.3 Kondisi Lingkungan Model Bisnis TWS Petshop.....	60
IV.3.1 Market Force (Kekuatan Pasar).....	60
IV.3.2 Industry Forces (Kekuatan Industri).....	67
IV.3.3 Key Trends (Tren-Tren Kunci).....	70
IV.3.4 Macro Economic (Kekuatan Ekonomi Makro).....	75
IV.4 Value Proposition Canvas Eksisting TWS Petshop.....	77
IV.4.1 <i>Customer Profile</i>	78
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN	84
V. I Analisis Lingkungan Model Bisnis Eksisting TWS Petshop.....	84
V.2 Perancangan Value Maps Terhadap Customer Profile	87
V.3 Analisis SWOT Kondisi Eksisting Model Bisnis TWS Petshop	90
V.4 Matriks TOWS	93
V.4 Perancangan Strategi Untuk Model Bisnis TWS Petshop	95
V.5 Perancangan Model Bisnis Usulan TWS Petshop	99
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	103
VI.1 Kesimpulan.....	103
VI.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110