

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Grafik Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB (Triliun Rupiah) (BEKRAF, 2017) .....	1
Gambar I. 2 kontribusi 16 sub-sektor terhadap ekonomi kreatif di Indonesia 2016 (BEKRAF, 2017) .....	3
Gambar I. 3 Alasan pemilik rumah menolak jasa KoroHOUSE (KoroHOUSE, 2018) .....	5
Gambar II. 1 Contoh Business Model Canvas (BMC) (Alex Osterwalder, 2012) 10	
Gambar II. 2 Lingkungan Model Bisnis Osterwalder & Pigneur (2012).....	15
Gambar III. 1 Model Konseptual .....	20
Gambar III. 2 Sistematika Penelitian .....	22
Gambar III. 3 Sistematika Penelitian (Lanjutan) .....	23
Gambar IV. 1 Proses Bisnis KoroHOUSE.....	29
Gambar IV. 3 Customer Jobs Yang Harus Dipenuhi.....	67
Gambar IV. 4 Customer Pains Yang Dialami Calon Buyer Properti.....	70
Gambar IV. 5 Customer Gains Yang Diinginkan Calon Buyer Properti.....	72
Gambar IV. 6 Pertimbangan Mitra KoroHOUSE Untuk Memilih Media Promosi .....	74
Gambar IV. 7 Alasan Mitra KoroHOUSE Memilih KoroHOUSE Sebagai Mitra Untuk Media Promosi .....	75
Gambar IV. 8 Customer Pains Mitra KoroHOUSE.....	77
Gambar IV. 9 Customer Gains Mitra KoroHOUSE .....	79
Gambar V. 1 Value Proposition Canvas Buyer KoroHOUSE.....	97
Gambar V. 2 Value Proposition Canvas Mitra KoroHOUSE.....	100
Gambar VI. 1 Pemetaan BMC Eksisting KoroHOUSE.....	130
Gambar VI. 2 Value Maps Untuk Buyer KoroHOUSE.....	132

Gambar VI. 3 Value Maps Untuk Mitra KoroHOUSE.....	133
Gambar VI. 4 Hasil Pengembangan BMC KoroHOUSE .....	135