

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Batasan Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Model Bisnis	9
II.1.2 Business Model Canvas	9
II.1.3 Lingkungan Model Bisnis	14
II.1.4 Analisis SWOT	17
II.2 Penelitian Sebelumnya	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
III.1 Model Konseptual	20
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah	22
BAB IV PENGUMPULAN DATA dan PENGOLAHAN DATA.....	27
IV.1 Profil Perusahaan KoroHOUSE	27
IV.2 Proses Bisnis KoroHOUSE	27
IV.3 Business Model Canvas Eksisting KoroHOUSE	29
IV.3.1 Customer segment.....	30
IV.3.2 Value Proposition.....	30
IV.3.3 Channels.....	31
IV.3.4 Customer Relationships	31
IV.3.5 Revenue Streams	31
IV.3.6 Key Resources.....	32
IV.3.7 Key Activities.....	33
IV.3.8 Key Partnerships	34
IV.3.9 Cost structure	34
IV.3.10 Uraian Business Model Canvas Eksisting KoroHOUSE	36
IV.4 Kondisi Lingkungan Model Bisnis KoroHOUSE.....	36
IV.4.1 Kekuatan Pasar.....	37
IV.4.2 Kekuatan Industri	40
IV.4.3 Tren Kunci	41
IV.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data Analisis <i>SWOT</i> Model Bisnis	43
IV.5.1 Kekuatan dan Kelemahan pada BMC Eksisting KoroHOUSE	44
IV.6 Kondisi Eksisting <i>Customer Profile</i> KoroHOUSE	66
IV.6.1 <i>Customer Profile</i> Pembeli Rumah	66
IV.6.2 <i>Customer Profile</i> Penjual Rumah	73

BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN	81
V.1 Analisis Lingkungan Model Bisnis Eksisting KoroHOUSE.....	81
V.2 Analisis SWOT Model Bisnis Eksisting KoroHOUSE.....	83
V.2.5 Hasil Analisis Kekuatan KoroHOUSE	83
V.2.6 Hasil Analisis Kelemahan KoroHOUSE	85
V.2.7 Hasil Analisis Peluang KoroHOUSE.....	86
V.2.8 Hasil Analisis Ancaman KoroHOUSE	87
V.2.9 Pemetaan Hasil Analisis SWOT BMC	88
V.3 Perancangan <i>Value Maps</i>	94
V.3.1 <i>Value Maps</i> Untuk <i>Buyer</i> KoroHOUSE	94
V.3.2 <i>Value Maps</i> Untuk <i>Mitra</i> KoroHOUSE.....	98
V.4 Perancangan Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE	101
V.4.1 <i>Customer Segment</i>	101
V.4.2 <i>Value Proposition</i>	103
V.4.3 <i>Channels</i>	111
V.4.4 <i>Customer Relationship</i>	112
V.4.5 <i>Revenue Stream</i>	113
V.4.6 <i>Key Resource</i>	115
V.4.7 <i>Key Activities</i>	116
V.4.8 <i>Key Partnership</i>	118
V.4.9 <i>Cost Structure</i>	119
V.5 Hasil Perancangan Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE.....	120
V.5.1 <i>Customer Segment</i>	120
V.5.2 <i>Value Proposition</i>	122
V.5.3 <i>Channels</i>	123
V.5.4 <i>Customer Relationship</i>	124

V.5.5	Revenue Stream	125
V.5.6	Key Resource	126
V.5.7	Key Activities.....	126
V.5.8	Key Partnership.....	127
V.5.9	Cost Structure.....	127
V.5.10	Pemetaan Hasil Pengembangan BMC	128
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		129
VI.1	Kesimpulan.....	129
VI.1.1	Pemetaan Business Model Canvas Eksisting KoroHOUSE	129
VI.1.2	Lingkungan Bisnis KoroHOUSE.....	130
VI.1.3	Value Maps	131
VI.1.4	Pengembangan model bisnis KoroHOUSE berdasarkan BMC	134
VI.2	Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN.....		139