

## DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Identifikasi Kebutuhan Data .....	25
Tabel IV. 1 Channel eksisting KoroHOUSE .....	31
Tabel IV. 2 Key Resources eksisting KoroHOUSE .....	32
Tabel IV. 3 Key Resources eksisting KoroHOUSE (Lanjutan).....	33
Tabel IV. 4 Key Activites Eksisting KoroHOUSE.....	33
Tabel IV. 5 Key partnership eksisting KoroHOUSE.....	34
Tabel IV. 6 Biaya Marketing KoroHOUSE.....	34
Tabel IV. 7 Biaya Overhead KoroHOUSE.....	35
Tabel IV. 8 Total Biaya KoroHOUSE .....	35
Tabel IV. 9 Uraian BMC Eksisting KoroHOUSE .....	36
Tabel IV. 10 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Customer Segment.....	45
Tabel IV. 11 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Customer Segment (Lanjutan).....	46
Tabel IV. 12 Kekuatan KoroHOUSE pada Customer Segment .....	46
Tabel IV. 13 Kelemahan KoroHOUSE pada Customer Segment.....	47
Tabel IV. 14 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Value Proposition .....	47
Tabel IV. 15 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Value Proposition (Lanjutan) .....	48
Tabel IV. 16 Kekuatan KoroHOUSE pada Value Proposition.....	48
Tabel IV. 17 Kelemahan KoroHOUSE pada Value Proposition.....	49
Tabel IV. 18 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Channels49	
Tabel IV. 19 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Channels (Lanjutan).....	50

Tabel IV. 20 Kekuatan KoroHOUSE pada Channels .....	51
Tabel IV. 21 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Customer Relationship .....	52
Tabel IV. 22 Kekuatan KoroHOUSE pada Customer Relationship .....	53
Tabel IV. 23 Kelemahan KoroHOUSE pada Customer Relationship .....	53
Tabel IV. 24 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Revenue Stream .....	53
Tabel IV. 25 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Revenue Stream (Lanjutan).....	54
Tabel IV. 26 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Revenue Stream (Lanjutan).....	55
Tabel IV. 27 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Revenue Stream (Lanjutan).....	56
Tabel IV. 28 Kekuatan KoroHOUSE pada Revenue Streams .....	57
Tabel IV. 29 Kelemahan KoroHOUSE pada Revenue Streams .....	57
Tabel IV. 30 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Key Resource.....	58
Tabel IV. 31 Kekuatan KoroHOUSE pada Key Resource .....	59
Tabel IV. 32 Kelemahan KoroHOUSE pada Key Resource.....	59
Tabel IV. 33 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Key Activities .....	60
Tabel IV. 34 Kekuatan KoroHOUSE pada Key Activites.....	61
Tabel IV. 35 Kelemahan KoroHOUSE pada Key Activites .....	61
Tabel IV. 36 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Key Partnership .....	61
Tabel IV. 37 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Key Partnership (Lanjutan).....	62

Tabel IV. 38 Kekuatan KoroHOUSE pada Key Partnership .....	62
Tabel IV. 39 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Cost Structure .....	64
Tabel IV. 40 Hasil Pengumpulan Data Kekuatan dan Kelemahan pada Cost Structure (Lanjutan) .....	65
Tabel IV. 41 Kekuatan KoroHOUSE pada Cost Structure .....	66
Tabel IV. 42 Customer Jobs Yang Harus Dipenuhi.....	67
Tabel IV. 43 Customer Jobs Yang Harus Dipenuhi (Lanjutan).....	68
Tabel IV. 44 Customer Jobs Yang Harus Dipenuhi (Lanjutan).....	69
Tabel IV. 45 Customer Pains Yang Dialami Calon Buyer Properti .....	70
Tabel IV. 46 Customer Gains Yang Diinginkan Calon Buyer Properti.....	73
Tabel IV. 47 Pertimbangan memilih media promosi .....	75
Tabel IV. 48 Pertimbangan memilih media promosi (Lanjutan).....	76
Tabel IV. 49 Alasan memilih KoroHOUSE sebagai mitra dalam media promosi	76
Tabel IV. 50 Customer Pains Mitra KoroHOUSE.....	78
Tabel IV. 51 Customer Gains Mitra KoroHOUSE .....	79
Tabel IV. 52 Customer Gains Mitra KoroHOUSE (Lanjutan) .....	80
Tabel V. 1 Analisis Lingkungan Bisnis KoroHOUSE.....	81
Tabel V. 2 Analisis Lingkungan Bisnis KoroHOUSE (Lanjutan).....	82
Tabel V. 3 Analisis Lingkungan Bisnis KoroHOUSE (Lanjutan).....	83
Tabel V. 4 Hasil Analisis Kekuatan KoroHOUSE .....	83
Tabel V. 5 Hasil Analisis Kekuatan KoroHOUSE (Lanjutan) .....	84
Tabel V. 6 Hasil Analisis Kekuatan KoroHOUSE (Lanjutan) .....	85
Tabel V. 7 Hasil Analisis Kelemahan KoroHOUSE .....	85
Tabel V. 8 Hasil Analisis Kelemahan KoroHOUSE (Lanjutan).....	86
Tabel V. 9 Hasil Analisis Peluang KoroHOUSE.....	86

Tabel V. 10 Hasil Analisis Peluang KoroHOUSE (Lanjutan).....	87
Tabel V. 11 Hasil Analisis Ancaman KoroHOUSE .....	87
Tabel V. 12 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Customer Segment.....	88
Tabel V. 13 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Value Proposition .....	88
Tabel V. 14 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Value Proposition (Lanjutan) .....	89
Tabel V. 15 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Channels .....	89
Tabel V. 16 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Customer Relationship .....	91
Tabel V. 17 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Revenue Streams .....	91
Tabel V. 18 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Revenue Streams .....	92
Tabel V. 19 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Key Resource. 92	
Tabel V. 20 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Key Activities 92	
Tabel V. 21 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Key Activities 93	
Tabel V. 22 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Key Partnership .....	93
Tabel V. 23 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Cost Structure 93	
Tabel V. 24 Pemetaan Hasil Analisis SWOT Model Bisnis Pada Cost Structure (Lanjutan).....	94
Tabel V. 25 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisi SWOT Blok BMC pada Customer Segment .....	101
Tabel V. 26 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisi SWOT Blok BMC pada Customer Segment (Lanjutan) .....	102

Tabel V. 27 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Customer Segment (Lanjutan) .....	103
Tabel V. 28 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Value Proposition.....	104
Tabel V. 29 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Value Proposition.....	105
Tabel V. 30 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Buyer KoroHOUSE .....	105
Tabel V. 31 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Buyer KoroHOUSE (Lanjutan) .....	106
Tabel V. 32 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Buyer KoroHOUSE (lanjutan).....	106
Tabel V. 33 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Buyer KoroHOUSE (lanjutan).....	107
Tabel V. 34 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Mitra KoroHOUSE .....	107
Tabel V. 35 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Mitra KoroHOUSE (Lanjutan) .....	108
Tabel V. 36 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Mitra KoroHOUSE (Lanjutan) .....	109
Tabel V. 37 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Perancangan Value Proposition Canvas Mitra KoroHOUSE (Lanjutan) .....	110
Tabel V. 38 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Channels.....	111
Tabel V. 39 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Channels (Lanjutan).....	112
Tabel V. 40 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Customer Relationship.....	113

Tabel V. 41 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Revenue Stream .....	114
Tabel V. 42 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Revenue Stream (Lanjutan) .....	115
Tabel V. 43 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Key Resource .....	116
Tabel V. 44 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Key Activities .....	117
Tabel V. 45 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Key Activities (lanjutan).....	117
Tabel V. 46 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Key Partnership.....	118
Tabel V. 47 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Key Partnership (Lanjutan).....	118
Tabel V. 48 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Cost Structure.....	119
Tabel V. 49 Pengembangan Model Bisnis KoroHOUSE Ditinjau dari Hasil Analisis SWOT Blok BMC pada Cost Structure (Lanjutan).....	120
Tabel V. 50 Hasil Pengembangan BMC pada Customer Segment.....	121
Tabel V. 51 Hasil Pengembangan BMC pada Customer Segment (Lanjutan) ...	122
Tabel V. 52 Hasil Pengembangan BMC pada Value Proposition .....	122
Tabel V. 53 Hasil Pengembangan BMC pada Value Proposition (Lanjutan).....	123
Tabel V. 54 Hasil Pengembangan BMC pada Channels.....	124
Tabel V. 55 Hasil Pengembangan BMC pada Customer Relationship.....	125
Tabel V. 56 Hasil Pengembangan BMC pada Revenue Stream .....	125
Tabel V. 57 Hasil Pengembangan BMC pada Key Resource .....	126
Tabel V. 58 Hasil Pengembangan BMC pada Key Activites .....	126

Tabel V. 59 Hasil Pengembangan BMC pada Key Partnership.....	127
Tabel V. 60 Hasil Pengembangan BMC pada Cost Structure .....	127
Tabel V. 61 Hasil perancangan pengembangan BMC .....	128
Tabel VI. 1 Hasil Pengembangan BMC KoroHOUSE .....	134