

## Daftar Isi

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PERSEMPAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Later Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Batasan Penelitian .....	6
I.5 Manfaat Penelitian.....	7
I.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
I.5.2 Manfaat Praktis.....	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
II.1 Model Bisnis .....	9
II.2 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	9
II.3 <i>Value Proposition Canvas (VPC)</i> .....	12
II.4 Lingkungan Model bisnis .....	14
II.5 Strength, Weakness, Opportunities dan Threats (SWOT) .....	16
II.6 Metode Perhitungan Bahan Pokok Produksi .....	18
II.7 Skala Likret.....	18
II.8 Posisi Penelitian.....	20
II.9 Perbanding Metode .....	20
BAB III METOLOGI PENELITIAN .....	26
III.1 Model konseptual.....	26
III.2 Sistematika Penelitian.....	28
III.3 Identifikasi Kebutuhan Data .....	30
III.4 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan data .....	32
III.4.1 Tahap pengumpulan data .....	32
III.4.2 Tahapan Pengolahan Data.....	33

III.5	Teknik pengumpulan data.....	34
III.5.1	Teknik sampling .....	34
III.5.2	Karakteristik Penelitian .....	34
III.5.3	Uji kecukupan data.....	36
III.6	Tahap Perancangan Model Bisnis.....	36
III.7	Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	37
III.7.1	Analisis <i>SWOT</i> .....	37
III.7.2	Analisis <i>Customer profile</i> .....	38
III.7.3	Analisis lingkungan model bisnis .....	38
III.7.4	Perancangan Model Bisnis .....	38
III.8	Hasil Pembahasan .....	38
BAB IV	PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA .....	39
IV.1	Kondisi eksisting <i>Business Model Canvas</i> Ud.ABI.....	39
IV.1.1	<i>Customer Segment</i> Eksisting Ud.ABI.....	39
IV.1.2	<i>Value Proposition</i> Eksisting Ud.ABI.....	41
IV.1.3	Customer relationships Eksisting UD.ABI .....	41
IV.1.4	Key Activites UD.ABI.....	42
IV.1.5	Channel Eksisting UD.ABI.....	44
IV.1.6	<i>Key resource</i> Eksisting UD.ABI.....	45
IV.1.7	<i>Key Partnership</i> Eksisting UD.ABI.....	47
IV.1.8	<i>Cost structure</i> eksisting UD.ABI.....	48
IV.1.9	<i>Revenue Stream</i> .....	49
IV.2	Kondisi Model lingkungan bisnis UD.ABI .....	49
IV.2.1	<i>Market force</i> (Kekuatan pasar) .....	50
IV.2.2	<i>Industry force</i> ( kekuatan Industri ).....	54
IV.2.3	Key trends (Tren-Tren Kunci) .....	57
IV.2.4	<i>Marco Economic Force</i> ( Kekuatan Ekonomi Makro ) .....	60
IV.3	Pengumpulan dan Pengolahan Data Analisis SWOT Model Bisnis.....	61
IV.3.1	Proposisi Nilai.....	62
IV.3.2	Biaya Pendapatan.....	65
IV.3.3	Infrastruktur .....	68
IV.3.4	Hubungan Pelanggan .....	72
IV.4	<i>Customer Profile</i> Eksisting Ud.ABI .....	75
IV.4.1	<i>Customer Profile</i> .....	76
BAB V	ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	83
V.1	Analisis Lingkuan Model Bisnis Eksisting UD.ABI .....	83
V.1.1	Analisis <i>Market Force</i> Eksisting UD.ABI .....	83
V.2	Perancangan Value Maps Terhadap Customer Profile .....	86
V.2.1	<i>Pain Reliever</i> .....	87
V.2.2	<i>Gain Creators</i> .....	88
V.2.3	<i>Product and Services</i> .....	89

V.3 Analisis SWOT Kondisi Eksisting Model Bisnis UD.ABI .....	90
V.3.1 Matriks Tows.....	93
V.4 Perancangan strategi untuk model bisnis Usulan UD.ABI.....	95
V.5 Perancangan Model Bisnis Usulan Untuk UD.ABI.....	102
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	107
VI.1 Kesimpulan .....	107
VI.2 Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	109
LAMPIRAN .....	111