

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Batasan Penelitian	4
I.5 Manfaat Penelitian	5
I.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Analisis Lingkungan Bisnis	8
II.2 SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	12
II.3 Pengertian Model Bisnis	13
II.4 Value Proposition Canvas.....	14
II.5 BMC (Business Model Canvas)	17

BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
III.1 Model Konseptual	25
III.2 Sistematika Penelitian	26
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	29
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	30
III.2.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	34
III.2.4 Tahap Evaluasi Rancangan.....	36
BAB IV	37
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
IV.1 Data Rancangan Internal Perusahaan Alumnibisa.com	37
IV.1.1 Kondisi Awal Alumnibisa.com	37
IV.2 Customer Profiling	40
IV.2.1 Customer Profile.....	41
IV.3 Data Pembanding Model Bisnis CDC (<i>Community Development Center</i>).....	46
IV.3.1 Pelanggan CDC Telkom University	47
IV.3.2 Nilai-nilai yang Ditawarkan CDC Telkom University.....	47
IV.3.3 Cara CDC Telkom University Menyampaikan Nilai yang Ditawarkan...	48
IV.3.4 Cara CDC Telkom University Menjaga Loyalitas Pengguna Layanan....	48
IV.3.5 Sumber Pendapatan CDC Telkom University.....	49
IV.3.6 Sumber Daya yang Dimiliki CDC Telkom University	50
IV.3.7 Kegiatan yang Dilakukan CDC Telkom University.....	51
IV.3.8 Mitra Bisnis CDC Telkom University.....	52
IV.3.9 Biaya-biaya yang Dikeluarkan CDC Telkom University.....	52
IV.4 Analisis Lingkungan Bisnis	53
IV.4.1 Market Force (Kekuatan Pasar).....	53
IV.4.2 Industry Forces (Kekuatan Industri).....	56
IV.4.3 Key Trends (Tren Kunci)	58
IV.4.4 Macro-economic Forces	59
IV.4.5 Business Model Environment.....	60
IV.5 Data SWOT Alumnibisa.com	65

BAB V.....	67
ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	67
IV.1 SWOT Analysis.....	67
IV.2 Value Proposition.....	69
V.3 Fit Customer dan Value Proposition	72
V.3.1 Fit Customer dan Value Proposition.....	73
V.4 Perancangan BMC.....	74
V.5 Penilaian BMC	78
V.6 Hasil Usulan BMC.....	80
V.7 Rancangan Output Pada Tampilan Mockup Alumnibisa.com	86
BAB VI	91
KESIMPULAN	91
VI.1 Kesimpulan.....	91
VI.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	100