

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
I.1 Latar Belakang.....	14
I.2 Rumusan Masalah .....	19
I.3 Tujuan Penelitian.....	19
I.4 Manfaat Penelitian.....	19
I.5 Batasan Masalah.....	20
I.6 Sistematika Penelitian .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	21
II.1 Business Model .....	21
II.2 <i>Business Model Canvas</i> .....	21
II.3 SWOT.....	26
II.4 Business Model Environment .....	28
II.5 Penelitian Terdahulu .....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	30
III.1 Model Konseptual.....	30
III.2 Sistematika Penelitian.....	32
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	34
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	34
III.2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data .....	34
III.2.2.2 Pengumpulan Data .....	35
III.2.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	37

IV.1 Data Internal Distro RichMonkey.....	37
IV.2 Data Model Bisnis distro RichMonkey Saat Ini .....	37
IV.2.1 Customer/Pelanggan Distro RichMonkey .....	38
IV.2.2 Keunggulan Dan Keunikan Distro RichMonkey .....	39
IV.2.3 Cara Menawarkan Nilai Yang Akan Dikenalkan Kepada Pelanggannya.....	40
IV.2.4 Cara Distro RichMonkey menjaga Pelanggannya .....	40
IV.2.5 Sumber Pendapatan Distro RichMonkey.....	41
IV.2.6 Sumber Daya Yang Dimiliki Distro RichMonkey.....	42
IV.2.7 Kegiatan Yang Dilakukan Distro RichMonkey.....	42
IV.2.8 Pihak Yang Bekerja Sama Dengan Distro RichMonkey .....	42
IV.2.9 Biaya Yang Dikeluarkan Oleh Distri RichMonkey .....	43
IV.2.10 Model Bisnis Eksisting Distro RichMonkey .....	44
IV.3 Customer Profile.....	44
IV.3.1 Profil Anak Anak Remaja.....	44
IV.3.1.1 Customer Jobs.....	45
IV.3.1.2 Data Pains Pelanggan Distro RichMonkey.....	45
IV.3.1.3 Data Gains Pelanggan Distro RichMonkey .....	46
IV.4 Data Lingkungan Distro RichMonkey.....	47
IV.4.1 Market Forces .....	47
IV.4.2 Industri Forces .....	48
IV.4.3 Key Trends.....	50
IV.4.4 Macro Economic Forces .....	51
IV.5 Business Model Environment.....	51
IV.6 Pengolahan Data SWOT Distro RichMonkey .....	54
IV.6.1 Konfirmasi dan Analisis SWOT Distro RichMonkey .....	55
IV.6.2 Perhitungan Bobot & Skor.....	64
IV.6.2.1 Value Proposition .....	64
IV.6.2.2 Cost & Revenue.....	67
IV.6.2.3 Infrastructure.....	68
IV.6.2.4 Customer Interface.....	69
<b>BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS .....</b>	<b>72</b>
V.1 Analisis SWOT .....	72
V.1.1 Value Proposition.....	72

V.1.2 Cost & Revenue .....	75
V.1.3 Infrastructure .....	78
V.1.4 Customer Interface.....	82
V.2 Value Proposition Canvas .....	86
V.3 Fit Customer Profile with Value Map.....	88
V.4 Perancangan Model Canvas Bisnis Usulan.....	90
V.5 Perancangan Sistem Terintegrasi .....	90
V.6 Penilaian Business Model Canvas Usulan .....	93
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
VI.1 Kesimpulan .....	95
VI.2 Saran .....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN 1 .....	101
LAMPIRAN 2 .....	116
LAMPIRAN 3 .....	131
LAMPIRAN 4 .....	136
LAMPIRAN 5 .....	147