

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	9
I.5 Batasan Penelitian.....	9
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II.1 Model Bisnis	11
II.2 Bisnis Model Canvas (<i>Business Model Canvas</i>).....	11
II.3 Analisis SWOT	18
II.3.1 Perhitungan Bobot dan Skor.....	19
II.4 Business Model Environment	20
II.5 Value Proposition Canvas	22
II.6 Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
III.1 Model Konseptual.....	26
III.2 Sistematika Penelitian.....	28
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	29
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
III.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	32
III.4 Tahap Akhir	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	34

IV.1 Data Internal UMKM Pikyeum	34
IV.2 Model Bisnis Eksisting UMKM Pikyeum	36
IV.2.1 <i>Customer Segment</i>	36
IV.2.2 <i>Value Propositions</i>	37
IV.2.3 <i>Channels</i>	40
IV.2.4 <i>Customer Relationship</i>	40
IV.2.5 <i>Revenue Stream</i>	41
IV.2.6 <i>Key activities</i>	42
IV.2.7 <i>Key Resources</i>	43
IV.2.8 <i>Key Partnership</i>	44
IV.2.9 <i>Cost Structure</i>	45
IV.3 <i>Customer Profile</i>	46
IV.3.1 <i>Customer Profile</i> Pelanggan Individu UMKM Pikyeum.....	46
IV.3.2 <i>Customer Profile</i> Pelanggan Bisnis UMKM Pikyeum	49
IV.4 Data Kondisi Lingkungan Model Bisnis UMKM Pikyeum	51
IV.4.1 <i>Market Force</i> (Kekuatan Pasar).....	51
IV.4.2 <i>Indusrtly Force</i> (kekuatan industri)	53
IV.4.3 <i>Key Trend</i> (tren kunci).....	54
IV.4.4 <i>Macro-Economic Force</i> (kekuatan ekonomi makro).....	56
IV.4.5 <i>Business Model Environment</i>	56
IV.5 Pengolahan Data Analisis SWOT	60
IV.5.1 Perhitungan Bobot dan Skor	63
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS	69
V.1 Analisis SWOT	69
V.1.1 Analisis <i>Value Proposition</i> (Proporsi Nilai)	69
V.1.2 Analisis Biaya dan Pendapatan	71
V.1.3 Analisis Infrastruktur	72
V.1.4 Analisis Hubungan Pelanggan	74
V.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	77
V.2.1 <i>Value Proposition Canvas</i> Segmen Pelanggan Individu.....	78
V.2.2 <i>Value Proposition Canvas</i> Segmen Pelanggan Bisnis	79
V.3 <i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition Map</i>	81
V.3.1 <i>Fit Customer Profile</i> untuk Segmen Pelanggan Individu	81
V.3.2 <i>Fit Customer Profile</i> untuk Pelanggan Bisnis.....	84
V.4 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	86

V.5 Hasil <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	91
VI.1 Kesimpulan.....	91
VI.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98