

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xixv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiiivii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	10
I.5 Ruang Lingkup: Batasan dan Asumsi.....	10
I.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
II.1 <i>Business Model Canvas</i>	13
II.2 Analisis SWOT Internal-Eksternal.....	20
II.3 <i>Business Model Environment</i>	23
II.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
III.1 Metodologi Konseptual.....	29
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	31
III.3 Proses Pendahuluan.....	35
III.4 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	36
III.5 Analisis dan Perancangan Pemodelan Bisnis.....	38
III.6 Proses Akhir dan Evaluasi Hasil Perancangan.....	39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	40
IV. 1 Data Internal Perusahaan	40
IV. 1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
IV. 2 Data Model Bisnis CV. Eros Group	41
IV. 2.1 Pelanggan CV. Eros Group (<i>Customer Segments</i>)	44

IV. 2.2 Cara CV. Eros Group Menyampaikan Nilai-Nilai yang ditawarkan (<i>Channels</i>)	45
IV. 2.3 Cara CV. Eros Group Menjaga Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	46
IV. 2.4 Sumber Pendapatan CV. Eros Group (<i>Revenue Streams</i>)	47
IV. 2.5 Mitra Bisnis CV. Eros Group (<i>Key Partnership</i>)	47
IV. 2.6 Sumber Daya yang Dimiliki CV. Eros Group (<i>Key Resource</i>)	48
IV. 2.7 Kegiatan yang Dilakukan CV. Eros Group (<i>Key Activities</i>).....	49
IV. 2.8 Biaya-biaya yang dikeluarkan CV. Eros Group (<i>Cost Structure</i>)	51
I.V. 2.9 Nilai-nilai yang Ditawarkan CV. Eros Group (<i>Value Proposition</i>)	52
IV. 2.10. Model Bisnis Eksisting CV. Eros Group	53
IV. 3 Data Konsumen.....	63
IV. 3.1 <i>Profiling</i> Pelanggan	64
IV. 3.2 <i>Customer Jobs</i>	64
IV. 3.3 <i>Customer Pains</i>	65
IV. 3.4 Mengidentifikasi <i>Customer Gains</i>	66
IV. 3.5 Mengidentifikasi <i>Customer Profile</i>	68
IV. 4 Identifikasi <i>Business Model Environment</i>	73
IV. 4.1 <i>Market Forces</i>	74
IV. 4.2 <i>Key Trends</i> (Tren kunci)	76
IV. 4.3 <i>Industry Forces</i> (Kekuatan Industri).....	78
IV. 4.4 <i>Macroeconomics Trends</i> (Kekuatan Makro Ekonomi)	80
IV. 5 Pemetaan <i>Business Model Environment</i>	81
IV. 6. <i>SWOT</i> (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>)	82
IV. 7 Analisis SWOT Perusahaan.....	84
IV. 8 Perhitungan Bobot dan Skor	87
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	92
V.1 Analisis SWOT	92
V.1.1 <i>Value Proposition</i>	92
V.1.2 <i>Infrastructure</i>	94
V.1.3 <i>Cost & Revenue</i>	96
V.1.3 <i>Costumer Relationship</i>	98
V.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	99
V.2.1 <i>Pain Relievers</i>	100
V.2.2 <i>Gain Creators</i>	100

V.2.2 <i>Product and Services</i>	101
V.3 <i>Fit Customer Profile dan Value Proposition</i>	102
V.4 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	103
V.5 Perancangan Sistem Integrasi.....	107
BAB VI KESIMPULAN	110
VI.1 Kesimpulan.....	110
VI.2. Saran dan Rekomendasi.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118
LAMPIRAN A.....	118
LAMPIRAN B	119
LAMPIRAN C	122