

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Produk Esens	3
Gambar I. 2 Pendapatan Esens (Januari-Desember 2021).....	4
Gambar I. 3 Diagram <i>Fishbone</i> Esens	6
Gambar II. 1 <i>Business Model Canvas</i>	12
Gambar II. 2 <i>Value Proposition Design</i>	14
Gambar II. 3 <i>Customer Profile</i>	14
Gambar II. 4 <i>Value Map</i>	16
Gambar II. 5 Analisis SWOT.....	17
Gambar II. 6 Kuadran Analisis SWOT	19
Gambar II. 7 Lingkungan Model Bisnis	21
Gambar III. 1 Sistematika Perancangan.....	32
Gambar III. 2 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar III. 3 Kerangka Berpikir (Lanjutan).....	35
Gambar IV. 1 Persentase Pelanggan Individu Esens	44
Gambar IV. 2 Persentase Pelanggan <i>Reseller</i> Esens	44
Gambar IV. 3 <i>Customer Profile</i> Segmen Pelanggan Individu.....	56
Gambar IV. 4 <i>Customer Profile</i> Segmen Pelanggan <i>Reseller</i>	58
Gambar IV. 5 Kontributor Utama Ekonomi <i>Digital RI</i>	60
Gambar IV. 6 Grafik Perkembangan Industri <i>Fashion</i> yang Terus Meningkat	61
Gambar IV. 7 Pertumbuhan Industri dan <i>Target Market</i> di Indonesia	62
Gambar IV. 8 Jenis Bidang Usaha di Indonesia	62
Gambar IV. 9 Data Pengguna Internet di Indonesia	65
Gambar IV. 10 Perkembangan <i>E-Commerce</i> Indonesia 2020	66
Gambar IV. 11 <i>Business Model Canvas</i> Eksisting	74
Gambar IV. 12 Kondisi Lingkungan Esens	84
Gambar IV. 13 Kuadran <i>Matrix</i> SWOT <i>Customer Interface</i>	103
Gambar IV. 14 Kuadran <i>Matrix</i> SWOT <i>Value Proposition</i>	106
Gambar IV. 15 Kuadran <i>Matrix</i> SWOT <i>Infrastructure</i>	109
Gambar IV. 16 Kuadran <i>Matrix</i> SWOT <i>Cost and Revenue</i>	112
Gambar IV. 17 <i>Value Maps</i> Pelanggan Individu Esens.....	115

Gambar IV. 18 <i>Value Maps</i> Pelanggan <i>Reseller</i> Esens	117
Gambar IV. 19 <i>Fit Value Propositions</i> dan <i>Customer Profile</i> Individu	119
Gambar IV. 20 <i>Fit Value Propositions</i> dan <i>Customer Profile Reseller</i>	121
Gambar V. 1 <i>Business Model Canvas</i> Usulan Esens.....	123