

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 UMKM	10
2.1.2 Manajemen Strategi	11
2.1.3 Pengembangan Usaha	12
2.1.4 <i>Business Model Canvas</i>	12
2.1.5 Analisis SWOT.....	14
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Operasional Variabel.....	30

3.2 Tahapan Penelitian	33
3.4 Situasi Sosial.....	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	35
3.6 Uji Keabsahan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i>	41
4.2.2 Analisis SWOT Terhadap <i>Business Model Canvas Sunda Coffee Space</i>	55
4.2.3 Rekomendasi <i>Business Model Canvas Sunda Coffee Space</i>	64
4.2.4 Strategi Pengembangan Bisnis <i>Sunda Coffee Space</i>	65
4.2.4.1 Strategi Pengembangan Pada Customer Segment	66
4.2.4.2 Strategi Pengembangan Pada <i>Value Propositions</i>	67
4.2.4.3 Strategi Pengembangan Pada <i>Channels</i>	68
4.2.4.4 Strategi Pengembangan Pada <i>Customer Relationship</i>	69
4.2.4.5 Strategi Pengembangan Pada <i>Revenue Streams</i>	70
4.2.4.6 Strategi Pengembangan Pada <i>Key Resource</i>	71
4.2.4.7 Strategi Pengembangan Pada <i>Key Activities</i>	72
4.2.4.8 Strategi Pengembangan Pada <i>Key Partnership</i>	73
4.2.4.9 Strategi Pengembangan Pada <i>Cost Structure</i>	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Aspek Teoritis	78
5.2.2 Aspek Praktis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84