

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
<i>ABSTRACT</i>	4
HALAMAN PENGESAHAN.....	6
LEMBAR PENGESAHAN	7
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	8
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR ISTILAH	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I PENDAHULUAN	14
I.1 Latar Belakang	14
I.2 Alternatif Solusi	17
I.3 Rumusan Masalah	18
I.4 Tujuan Tugas Akhir	18
I.5 Manfaat Tugas Akhir	18
I.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
II.1 Literatur	20
II.1.1 Konsep Statistika.....	20
II.1.1.1 Macam-macam Data	20
II.1.2 Populasi dan Sampel	21
II.1.2.1 Teknik Penarikan Sampel	21
II.1.3 Konsep <i>Branding</i>	22

II.1.3.2 Manfaat <i>Brand</i>	23
II.1.4 <i>Brand Awareness</i>	23
II.1.5 Konsep Analisis SWOT	24
II.1.6 Konsep Model Bisnis	26
II.1.6.1 <i>Business Model Canvas</i>	26
II.1.7 <i>Value Propositions Design</i>	31
II.1.7.1 Customer Profile	31
II.1.8 Analisis Model Bisnis Lingkungan.....	33
II.1.8.1 Kekuatan Pasar	34
II.1.8.2 Kekuatan Industri	35
II.1.8.3 Kekuatan Ekonomi Makro	35
II.1.8.4 Tren Kunci	36
II.2 Pemilihan Teori standar perancangan.....	36
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	38
III.1 Sistematika Perancangan	38
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	38
III.1.2 Tahap Perancangan	38
III.1.2.1 Tahap Pendahuluan.....	40
III.1.2.2 Tahap Pengumpulan Data	40
III.1.2.3 Tahap Pengolahan Data	41
III.1.2.3.1 Pemetaan Model Bisnis Eksisting	41
III.1.2.3.2 Analisis <i>Customer Profile</i>	42
III.1.2.3.3 Analisis Lingkungan Bisnis	42
III.1.2.3.4 Analisis SWOT	42
III.1.2.3.5 <i>Value Proposition Canvas</i>	42
III.1.2.3.6 Pengembangan Rancangan <i>Business Model Canvas</i>	42
III.1.3 Deskripsi Mekanisme Verifikasi	42
III.1.4 Deskripsi Mekanisme Validasi	43
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	43
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	44
IV.1 Deskripsi Data	44

IV.1.1 Data Model Bisnis Eksisting CV Nakhoda Nusantara Grup	44
IV.1.1.1 <i>Customer Segments</i>	45
IV.1.1.2 <i>Channels</i>	45
IV.1.1.3 <i>Customer Relationship</i>	45
IV.1.1.4 <i>Value Proposition</i>	46
IV.1.1.5 <i>Revenue Streams</i>	47
IV.1.1.6 <i>Key Resources</i>	47
IV.1.1.7 <i>Key Activities</i>	48
IV.1.1.8 <i>Key Partnership</i>	48
IV.1.1.9 <i>Cost Structure</i>	49
IV.1.2 <i>Business Model Canvas</i> Eksisting CV Nakhoda Nusantara Grup....	49
IV.1.3 Data Profil Pelanggan CV Nakhoda Nusantara Grup	50
IV.1.3.1 <i>Customer Jobs</i>	50
IV.1.3.2 <i>Customer Pains</i>	51
IV.1.3.3 <i>Customer Gains</i>	52
IV.1.4 <i>Customer Profile</i> CV Nakhoda Nusantara Grup	54
IV.1.5 Identifikasi <i>Business Model Environment</i>	54
IV.1.5.1 <i>Market Forces</i>	55
IV.1.5.2 <i>Key Trend</i>	55
IV.1.5.3 <i>Industry Forces</i>	57
IV.1.5.4 <i>Macroeconomics Forces</i>	57
IV.1.6 Pemetaan <i>Business Model Environment</i>	58
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	58
IV.3 Proses Perancangan	59
IV.3.1 Pengolahan Data SWOT CV Nakhoda Nusantara Grup	59
IV.3.1.1 Konfirmasi dan Analisis SWOT.....	60
IV.3.2 Perhitungan Bobot dan Skor SWOT CV Nakhoda Nusantara Grup	62
IV.3.2.1 <i>Value Proposition</i>	62
IV.3.2.2 <i>Cost and Revenue</i>	63
IV.3.2.3 <i>Infrastructure</i>	63
IV.3.2.4 <i>Customer Interface</i>	64
IV.3.3 Analisis SWOT	65

IV.3.3.1 <i>Value Proposition</i>	66
IV.3.3.2 <i>Cost and Revenue</i>	68
IV.3.3.3 <i>Infrastructure</i>	70
IV.3.3.4 <i>Customer Interface</i>	72
IV.3.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	74
IV.3.4.1 <i>Pain Relievers</i>	74
IV.3.4.2 <i>Gain Creators</i>	74
IV.3.4.3 <i>Product and Service</i>	75
IV.3.5 <i>Fit Customer Profile with Value Map</i>	75
IV.4 Hasil Rancangan	76
IV.4.1 Penilaian <i>Business Model Canvas</i> Usulan	79
IV.4.2 Perancangan Model Bisnis Terintegrasi	81
IV.4.2.1 <i>Man</i>	81
IV.4.2.2 <i>Material</i>	83
IV.4.2.3 <i>Information</i>	84
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	86
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	88
V.1 Validasi Hasil Rancangan	88
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	89
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	96
VI.1 Kesimpulan	96
VI.2 Saran dan Rekomendasi	99
DAFTAR PUSTAKA	101