

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN	2
I.1 Latar Belakang	2
I.2 Alternatif Solusi	10
I.3 Perumusan Masalah	13
I.4 Tujuan Tugas Akhir	14
I.5 Manfaat Tugas Akhir	14
I.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
II.1 Literatur	16
II.1.1. Model Bisnis	16
II.1.2. <i>Business Model Canvas</i>	16
II.1.3. <i>Lean Canvas</i>	23
II.1.4. <i>Value Proposition Canvas</i>	26
II.1.5. <i>Business Model Environment</i>	29
II.1.6. Strategi Pemasaran	32
II.1.6.1 <i>Marketing Mix</i>	34
II.1.7. <i>Customer Relationship Management</i>	36

II.1.8. Analisis SWOT.....	37
II.2. Pemilihan Kerangka Perancangan.....	38
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	40
III.1. Sistematika Perancangan.....	40
III.1.1. Tahap Pengumpulan Data	43
III.1.2. Tahap Perancangan Solusi	44
III.2. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	46
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	47
IV.1 Deskripsi Data.....	47
IV.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
IV.1.2. Produk Perusahaan.....	47
IV.1.3. Data Model Bisnis Saat Ini	48
IV.1.4. Data Customer Profile MFD Studio.....	61
IV.1.5. Data Lingkungan Bisnis MFD Studio.....	68
IV.1.6. Kondisi Lingkungan Bisnis MFD Studio.....	79
IV.2 Spesifikasi Rancangan Dan Standar Perancangan	85
IV.3 Proses Perancangan.....	87
IV.3.1. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi	87
IV.3.2. Perhitungan Skor, Matriks SWOT dan Strategi Usulan	97
IV.3.3. Perancangan <i>Value Propositions Canvas</i>	113
IV.3.4. Fit <i>Customer Profile</i> dengan <i>Value Map</i>	116
IV.4 Hasil Rancangan	116
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	130
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN.....	132
V.1 Validasi Hasil Rancangan	132
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan.....	141

V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	144
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	145
VI.1 Kesimpulan	145
VI.2 Saran dan Rekomendasi	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN	149