

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
ABSTRAK.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	5
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR ISTILAH.....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Solusi.....	9
I.3 Rumusan Masalah.....	10
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	10
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	10
I.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
II.1 Literatur / teori / konsep umum / model / kerangka standar.....	12
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
II.1.2 Analisa Kebutuhan.....	12
II.1.3 Populasi dan Sampel.....	12
II.1.4 Business Model.....	13
II.1.5 Business Model Canvas.....	13
II.1.6 Analisis SWOT.....	17
II.1.7 Value Proposition Canvas.....	19
II.1.8 Business Model Environment.....	20

II.1.9	Lean Canvas	21
II.2	Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan	23
BAB III.....		26
METODOLOGI PERANCANGAN		26
III.1	Sistematika Perancangan.....	26
III.1.1	Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	26
III.1.2	Tahap Perancangan	26
III.1.3	Deskripsi Mekanisme Verifikasi.....	32
III.1.4	Deskripsi Mekanisme Validasi.....	32
III.2	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	32
III.3	identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	33
III.4	Rencana Waktu Penyelesaian Tugas Akhir	34
BAB IV		36
PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI		36
IV.1	Deskripsi Data.....	36
IV.1.1	Gambaran Umum The Investor.....	36
IV.1.2	Data Model Bisnis The Investor saat ini.....	37
IV.1.2.1	Pelanggan The Investor (Customer Segment)	38
IV.1.2.2	Cara The Investor Menawarkan Nilai Yang Akan Dikenalkan Kepada Pelanggannya (Channels).....	39
IV.1.2.3	Cara The Investor Menjaga Pelanggannya (Customer Relationship).....	40
IV.1.2.4	Sumber Pendapatan The Investor (Revenue Stream)	41
IV.1.2.5	Sumber Daya Yang Dimiliki Oleh The Investor (Key Resource)	42
IV.1.2.6	Kegiatan Yang Dilakukan The Investor (Key Activities).....	42
IV.1.2.7	Pihak Yang Bekerja Sama Dengan The Investor (Key Partnership)	43
IV.1.2.8	Biaya Yang dikeluarkan Oleh The Investor (Cost Structure).....	44
IV.1.2.9	Keunggulan dan Keunikan The Investor (Value Proposition).....	44
IV.3	Model Bisnis Eksisting The Investor	46
IV.3.1	Data Konsumen.....	47
IV.3.2	Profil Pelanggan.....	48
IV.3.2.1	Customer Jobs (Data Jobs Pelanggan The Investor).....	48
IV.3.2.2	Customer Pains (Data Pains Pelanggan The Investor).....	50
IV.3.2.3	Customer Gains (Data Gains Pelanggan The Investor).....	54

IV.3.3 Mengidentifikasi Customer Profile	57
IV.3.4 Business Model Environment	60
IV.3.5 Market Forces	60
IV.3.6 Industry Forces.....	62
IV.3.7 Key Trends	63
IV.3.8 Macro Economic Forces	64
IV.3.9 Pemetaan Business Model Environment.....	65
IV.4 Proses Perancangan.....	67
IV.4.1 Perhitungan Bobot dan Skor SWOT The Investor	70
IV.4.1.1 Value Proposition	70
IV.4.1.2 Cost and Revenue	71
IV.4.1.3 Infrastructure	71
IV.4.1.4 Customer Interface	72
IV.5 Analisis SWOT	73
IV.5.1 Value Proposition.....	74
IV.5.2 Cost & Revenue	78
IV.5.3 Infrastructure	80
IV.5.4 Customer Interface	83
IV.6 Value Proposition Canvas	86
IV.6.1 Pain Relievers	86
IV.6.2 Gain Creator.....	87
IV.6.3 Product and Services	87
IV.6.4 Fit Customer Profile.....	88
IV.7 Hasil Rancangan	90
IV.8 Verifikasi Hasil Rancangan	93
BAB V	95
Validasi Hasil Rancangan	95
V.1 Validasi Hasil Rancangan	95
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan Model Bisnis The Investor	96
V.3 Analisis dan Rencana Hasil Rancangan	101
V.4 Komponen Sistem Terintegrasi	101
BAB VI	104
Kesimpulan dan Saran	104
VI.1 Kesimpulan	104

VI.2 Saran dan Rekomendasi	108
LAMPIRAN A.....	109
LAMPIRAN B.....	117
DAFTAR PUSTAKA	153