

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Manfaat Penelitian.....	10
I.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
II.1 Landasan Teori	12
II.1.1 Model Bisnis	12
II.1.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	12
II.1.3 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats</i>)....	17
II.1.4 <i>Business Model Environment</i>	18
II.1.5 <i>Value Proposition Canvas</i>	20
II.1.6 <i>Lean Canvas</i>	22
II.1.7 Analisis <i>Seven Questions</i>	24
II.2 Pemasaran Melalui Media Sosial dan <i>Marketplace</i>	26
II.2.1 Optimasi Instagram	26
II.2.2 Optimasi <i>Marketplace</i> Shopee	28
II.3 Metode <i>Incremental</i>	30
II.3.1 <i>Net Present Value</i> (NPV).....	30
II.3.2 <i>Payback Period</i>	31

II.3.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	31
II.4 Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	34
III.1.1 Tahap Pendahuluan	36
III.1.2 Tahap Pengumpulan Data	36
III.1.3 Tahap Pengolahan Data.....	38
III.1.4 Tahap Analisis dan Perancangan.....	38
III.1.5 Tahap Verifikasi	40
III.1.6 Tahap Validasi.....	40
III.1.7 Tahap Penutup.....	40
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	41
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	41
Tabel III. 2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	41
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA SERTA PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	42
IV.1 Profil Bisnis	42
IV.2 Deskripsi Data	42
IV.3 Pengumpulan Data.....	42
IV.3.1 Data Model Bisnis Perusahaan Saat ini	42
IV.3.2 Data <i>Customer Profile</i>	57
IV.3.3 Data Lingkungan Bisnis	67
IV.3.4 Analisis Lingkungan Bisnis Batik Cirebon HDM.....	79
IV.4 Analisis dan Perancangan	80
IV.4.1 Penilaian Model Bisnis Saat Ini dengan <i>Seven Questions</i>	80
IV.4.2 Analisis SWOT <i>Big Picture</i>	83
IV.4.3 Matriks TOWS dan Usulan Strategi <i>Big Picture</i>	88
IV.4.4 Analisis SWOT Blok <i>Customer Segment, Value Proposition, dan Channel</i>	92
IV.4.5 Matriks TOWS dan Usulan Strategi Blok <i>Customer Segment, Value Proposition, dan Channel</i>	97
IV.4.6 Keseluruhan Strategi Usulan.....	104

IV.5 Perbaiki <i>Customer Segment</i>	108
IV.6 Perbaiki <i>Value Proposition</i>	109
IV.6.1 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	109
IV.6.2 <i>Fit Value Proposition Map</i> dengan <i>Customer Profile</i>	111
IV.7 Perbaiki <i>Channel</i>	112
IV.7.1 Perancangan Instagram Batik Cirebon HDM	113
IV.7.2 Perancangan Shopee Batik Cirebon HDM.....	119
IV.8 Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	125
IV.8.1 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	126
IV.8.2 Simulasi Finansial	138
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI SERTA EVALUASI HASIL RANCANGAN	
RANCANGAN	141
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	141
V.2 Validasi Hasil Rancangan.....	141
V.3 Evaluasi Hasil Rancangan.....	145
V.4 Rencana Implementasi Hasil Rancangan	148
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
VI.1 Kesimpulan.....	154
VI.2 Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN	163