

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Variasi Jenis Produk Batik	5
Tabel I. 2 Perbandingan Ciri Khas Batik dengan Kompetitor	6
Tabel I. 3 Alternatif Solusi	8
Tabel II. 1 Perbandingan Metode Penyelesaian Masalah.....	32
Tabel III. 1 Identifikasi Kebutuhan Data.....	36
Tabel III. 2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	41
Tabel IV. 1 Daftar Pertanyaan Data Model Bisnis Saat ini	43
Tabel IV. 2 Jenis Produk Batik Cirebon HDM.....	46
Tabel IV. 3 Daftar Pertanyaan untuk Data Profil Konsumen	58
Tabel IV. 4 Daftar Kompetitor Batik Cirebon HDM.....	71
Tabel IV. 5 Persentase Penduduk Miskin di Indonesia	73
Tabel IV. 6 Analisis 7 Questions Model Bisnis Batik Cirebon HDM Saat Ini.....	80
Tabel IV. 7 Analisis SWOT Big Picture pada Batik Cirebon HDM.....	84
Tabel IV. 8 Matriks TOWS Big Picture	89
Tabel IV. 9 Strategi Usulan dari TOWS Big Picture	90
Tabel IV. 10 Analisis SWOT pada blok Customer Segments	92
Tabel IV. 11 Analisis SWOT pada blok Value Propositions.....	94
Tabel IV. 12 Analisis SWOT pada blok Channels.....	96
Tabel IV. 13 Matriks TOWS Customer Segments	98
Tabel IV. 14 Strategi Usulan dari TOWS Customer Segments	98
Tabel IV. 15 Matriks TOWS Value Propositions.....	100
Tabel IV. 16 Strategi Usulan dari TOWS Value Propositions	101
Tabel IV. 17 Matriks TOWS Channels.....	102
Tabel IV. 18 Strategi Usulan dari TOWS Channels	103
Tabel IV. 19 Keseluruhan Strategi Usulan	104
Tabel IV. 20 Pain Relievers Batik Cirebon HDM	109
Tabel IV. 21 Gain Creators Batik Cirebon HDM	110
Tabel IV. 22 Products and Services Batik Cirebon HDM	110
Tabel IV. 23 Hasil Riset Kata Kunci Salah Satu Produk Batik Cirebon HDM...	120

Tabel IV. 24 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	126
Tabel IV. 25 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 1	139
Tabel IV. 26 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 2	140
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan.....	142
Tabel V. 2 Perbandingan Nilai Evaluasi Model Bisnis	148
Tabel V. 3 Rekomendasi Isi Survey Kepuasan Pelanggan Batik Cirebon HDM	153