

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Alternatif Solusi .....	6
I.3    Perumusan Masalah .....	8
I.4    Tujuan Penelitian .....	8
I.5    Manfaat Penelitian .....	9
I.6    Sistematika Penulisan .....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
II.1    Konsep Umum .....	11
II.1.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	11
II.1.2 <i>Lean Canvas</i> .....	14
II.1.3    Manajemen Pemasaran.....	16
II.1.4    Analisis <i>Seven Questions</i> .....	16
II.1.5    SWOT .....	18

II.2	Business Model Environment .....	19
II.3	Metode <i>Incremental</i> .....	22
II.4	Alasan Pemilihan Metode .....	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		25
III.1	Sistematika Penyelesaian Masalah.....	25
III.1.1	Tahap Pendahuluan .....	27
III.1.2	Tahap Pengumpulan Data .....	28
III.1.3	Tahap Pengolahan Data.....	30
III.1.4	Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis .....	30
III.1.5	Tahap Verifikasi dan Validasi Hasil Rancangan .....	33
III.2	Tahap Akhir .....	34
III.3	Identifikasi Sistem Terintegrasi .....	34
III.4	Batasan dan Asumsi Penelitian .....	35
BAB IV BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA SERTA PERANCANGAN MODEL BISNIS.....		36
IV.1	Profil Perusahaan .....	36
IV.2	Deskripsi Data.....	36
IV.2.1	Model Bisnis Saat Ini.....	36
IV.2.2	Data Profil Pelanggan CV. XYZ.....	46
IV.2.3	Data Lingkungan Bisnis.....	49
IV.3	Spesifikasi Perancangan dan Standar Perancangan .....	66
IV.4	Proses Perancangan.....	69
IV.4.1	Analisis <i>7 Questions</i> .....	69
IV.4.2	Analisis SWOT <i>Big picture</i> .....	72
IV.4.3	Matriks TOWS dan Usulan Strategi <i>Big picture</i> .....	83

IV.4.4	Analisis SWOT Blok Customer Segment, Value Proposition, dan Channel	90
IV.4.5	Matriks TOWS Blok Customer Segment, Value Proposition, dan Channel	99
IV.4.6	Keseluruhan Strategi .....	103
IV.4.7	Prioritas Perbaikan .....	106
IV.5	Perancangan Blok Customer Segment .....	107
IV.5.1	Perluasan Segmen ke Sektor Pertanian di Kalimantan Barat.....	107
IV.5.2	Perluasan Segmen <i>Spare part</i> Mesin Pengolahan Kelapa Sawit ke Seluruh Pulau Kalimantan .....	108
IV.6	Perancangan Blok Value Proposition Canvas.....	110
IV.6.1	<i>Pain Relievers</i> .....	110
IV.6.2	<i>Gain Creators</i> .....	111
IV.6.3	<i>Products and Services</i> .....	111
IV.6.4	<i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition</i> .....	112
IV.7	Perancangan Blok Channel .....	113
IV.7.1	Perancangan Website .....	113
IV.8	Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	119
IV.8.1	Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	120
BAB V	ANALISIS .....	144
V.1	Verifikasi Hasil Rancangan.....	144
V.2	Simulasi Keuangan.....	144
V.3	Rencana Implementasi Hasil Rancangan .....	154
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN .....	156
VI.1	Kesimpulan .....	156
VI.2	Saran.....	160

DAFTAR PUSTAKA .....	161
LAMPIRAN.....	165