

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Perumusan Masalah .....	8
I.3    Tujuan Tugas Akhir .....	9
I.4    Manfaat Tugas Akhir .....	9
I.5    Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
II.1 <i>Marketing Strategy</i> .....	11
II.1.1 <i>Market Segmentation</i> .....	11
II.1.2 <i>Market Targeting</i> .....	12
II.1.3 <i>Positioning</i> .....	12
II.1.4 <i>Differentiation</i> .....	12
II.2 <i>Marketing Mix</i> .....	12
II.3    Model Bisnis .....	13
II.4 <i>Business Model Canvas</i> .....	13
II.4.1 <i>Customer Segments</i> .....	14
II.4.2 <i>Value Propositions</i> .....	15
II.4.3 <i>Channels</i> .....	15
II.4.4 <i>Customer Relationship</i> .....	15
II.4.5 <i>Revenue Stream</i> .....	16

II.4.6	<i>Key Resources</i> .....	16
II.4.7	<i>Key Activities</i> .....	16
II.4.8	<i>Key Partnerships</i> .....	16
II.4.9	<i>Cost Structure</i> .....	17
II.5	<b>Analisis SWOT</b> .....	18
II.6	<b><i>Business Model Environment</i></b> .....	19
II.6.1	<i>Market Forces</i> .....	20
II.6.2	<i>Industry Forces</i> .....	20
II.6.3	<i>Key Trends</i> .....	21
II.6.4	<i>Macro Economic Trends</i> .....	21
II.7	<b><i>Value Proposition Canvas</i></b> .....	22
II.8	<b><i>Lean Canvas</i></b> .....	24
II.8.1	<i>Problem</i> .....	24
II.8.2	<i>Customer Segments</i> .....	25
II.8.3	<i>Unique Value Proposition</i> .....	25
II.8.4	<i>Solution</i> .....	25
II.8.5	<i>Unfair Advantage</i> .....	25
II.8.6	<i>Revenue Streams</i> .....	25
II.8.7	<i>Cost Structure</i> .....	26
II.8.8	<i>Key Metrics</i> .....	26
II.8.9	<i>Channels</i> .....	26
II.9	<b><i>Analisis Seven Questions</i></b> .....	26
II.10	<b><i>Metode Incremental</i></b> .....	28
II.10.1	<i>Net Present Value (NPV)</i> .....	28
II.10.2	<i>Payback Period</i> .....	29
II.10.3	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i> .....	29
II.11	<b>Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah</b> .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH</b> .....		<b>32</b>
III.1	<b>Sistematika Perancangan</b> .....	32
III.1.1	<b>Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data</b> .....	34
III.1.2	<b>Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis</b> .....	35
III.1.3	<b>Tahap Verifikasi dan Validasi Perancangan</b> .....	37
III.1.4	<b>Tahap Akhir</b> .....	38
III.2	<b>Batasan dan Asumsi Penelitian</b> .....	38
III.3	<b>Identifikasi Sistem Terintegrasi</b> .....	38
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....		<b>40</b>

IV.1	Profil Bisnis .....	40
IV.2	Deskripsi Data.....	42
IV.2.1	Model Bisnis Saat Ini.....	42
IV.2.2	Data Profil <i>Customer</i> .....	56
IV.2.3	Data Lingkungan Bisnis .....	60
IV.2.4	Kondisi Lingkungan Bisnis NYFORU .....	72
IV.3	Analisis SWOT dan Perancangan Strategi .....	75
IV.3.1	Penilaian Model Bisnis Saat Ini dengan <i>7 Questions</i> .....	75
IV.3.2	Analisis SWOT <i>Big Picture</i> .....	77
IV.3.3	Matriks TOWS dan Usulan Strategi <i>Big Picture</i> .....	83
IV.3.4	Prioritas perbaikan.....	88
IV.4	Perancangan blok <i>Customer Segment</i> .....	88
IV.4.1	Perancangan Ekspor Shopee NYFORU .....	88
IV.5	Perancangan blok <i>Value Proposition</i> .....	92
IV.5.1	Customer Profile Luar Negeri .....	92
IV.5.2	Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i> .....	93
IV.5.3	<i>Fit Value Map</i> dengan <i>Customer Profile</i> .....	95
IV.6	Perancangan blok <i>Channel</i> .....	96
IV.6.1	Perancangan Twitter NYFORU .....	96
IV.7	Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	101
IV.7.1	Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan.....	101
<b>BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI SERTA EVALUASI HASIL RANCANGAN</b>		
.....		<b>113</b>
V.1	Verifikasi Hasil Rancangan .....	113
V.2	Simulasi Keuangan.....	113
V.3	Validasi Hasil Rancangan.....	116
V.4	Simulasi Keuangan Setelah Validasi.....	118
V.5	Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	120
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		<b>123</b>
VI.1	Kesimpulan .....	123
VI.2	Saran.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>126</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>129</b>