

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.1.1 Penjelasan Permasalahan Disertai Data Pendukung	1
I.1.2 Analisa AkarPermasalahan Menggunakan <i>Fishbone</i>	7
I.1.3 Alternatif Solusi	7
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Proposal Ilmiah	8
I.4 Manfaat Proposal Ilmiah	8
I.5 Batasan Masalah	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1 Konsep Umum <i>Business Model Canvas</i>	10
II.2 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i>	10
II.2.1 <i>Customer Segment</i>	11
II.2.2 <i>Value Proposition</i>	11

II.2.3 <i>Channel</i>	12
II.2.4 <i>Customer Relationship</i>	12
II.2.5 <i>Key Resources</i>	13
II.2.6 <i>Key Activities</i>	13
II.2.7 <i>Key Partnership</i>	13
II.2.8 <i>Revenue Streams</i>	13
II.2.9 <i>Cost Structure</i>	14
II.3 <i>Value Proporsition Design</i>	14
II.3.1 <i>Customer Profile</i>	15
II.3.2 <i>Value Map</i>	15
II.4 Analisa Lingkungan Model Bisnis	16
II.4.1 Lingkungan Pelanggan	16
II.4.2 Lingkungan Pesaing	16
II.4.3 Lingkungan Industri	17
II.4.4 Lingkungan Makro	17
II.5 <i>Distribution Channel</i>	17
II.7 Analisis SWOT	17
BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH	20
III.1 Model Konseptual	20
III.2 Sistematika Penulisan	22
III.2.1 Tahap Kerangka Berpikir	25
III.2.2 Tahap Pengumpulan Data	26
III.2.3 Tahap Pengolahan Data	26
III.2.4 Tahap Verifikasi dan Validasi	27
III.2.5 Tahap Penutup	27
III.2.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	27

III.3 Tahap analisis dan Perancangan Model Bisnis	27
III.4 Rencana Waktu Penyelesaian Tugas Akhir.....	28
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	29
IV.1 Deskripsi Data	29
IV.2 Pengumpulan Data.....	29
IV.2.1 Profil Perusahaan	29
IV.3 Pengolahan Data.....	30
IV.4 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	30
IV.4.1 Proses Perancangan.....	32
IV.4.1.1 Kondisi Eksisting Model Bisnis Diagram <i>Coffee & Space</i>	32
IV.4.1.2 <i>Business Model Canvas Eksisting</i>	33
IV.4.1.3 Konfirmasi <i>Business Model Canvas</i> Eksisting	35
IV.4.1.4 Data <i>Customer Profile</i> Diagram <i>Coffee & Space</i>	35
IV.4.1.5 <i>Customer Jobs</i>	36
IV.4.1.6 <i>Customer Gains</i>	37
IV.4.1.7 <i>Customer Pains</i>	39
IV.4.1.8 <i>Customer Profilling</i>	40
IV.4.2 <i>Business Model Environment</i>	41
IV.4.2.1 <i>Market Forces</i>	42
IV.4.2.2 <i>Industry Forces</i>	44
IV.4.2.3 <i>Key Trends</i>	44
IV.4.2.4 <i>Macroeconomic Forces</i>	44
IV.4.2.5 Kondisi Lingkungan Diagram <i>Coffee & Space</i>	45
IV.4.2.6 Konfirmasi Peta Lingkungan.....	50
IV.4.3 Analisis SWOT	50
IV.4.4 Analisis SWOT <i>Customer Interface</i>	50

IV.4.5 Analisis SWOT <i>Value Proposition</i>	52
IV.4.6 Analisis SWOT <i>Company Infrastructure</i>	52
IV.5 Perhitungan Skor, Matriks TOWS, dan Usulan Strategi	54
IV.5.1 <i>Value Proposition</i>	54
IV.5.2 <i>Infrastructure</i>	56
IV.5.3 <i>Customer Interface</i>	58
IV.5.4 Keseluruhan Usulan Strategi	61
IV.6 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	64
IV.6.1 <i>Pain Relievers</i>	64
IV.6.2 <i>Gain Creators</i>	65
IV.6.3 <i>Product and Services</i>	65
IV.6.4 <i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition</i>	66
IV.7 Hasil Rancangan Business Model Canvas Usulan	66
IV.7.1 Analisis Usulan Model Bisnis Eksisting dengan Model Bisnis Usulan	67
BAB V ANALISIS	74
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	74
V.2 Validasi Hasil Rancangan.....	74
V.3 Rencana Implementasi Hasil Rancangan	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	79
IV.1 Kesimpulan	79
VI.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN A – KUESIONER SKOR	85