

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR ISTILAH .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang.....	1
I.2    Alternatif Solusi.....	9
I.3    Rumusan Masalah.....	10
I.4    Tujuan Penelitian .....	10
I.5    Manfaat Penelitian .....	11
I.6    Batasan Penelitian.....	11
I.7    Sistematika Penulisan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
II.1    Literatur Terkait Teori.....	13
II.1.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	13
II.1.2 <i>Value proposition Canvas</i> .....	15
II.1.3    SWOT .....	18
II.1.4 <i>Business Model Environment</i> .....	19
II.1.5    Marketing.....	22
II.2    Alasan Pemilihan Teori.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
III.1    Model Konseptual.....	25
III.2    Sistematika Perancangan.....	25
III.3    Identifikasi Sistem Terintegrasi.....	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	34
IV.1    Pengumpulan Data .....	34
IV.2    Pengolahan Data .....	34
IV.2.1    Data Kondisi Saat ini Untuk <i>Business Model Canvas</i> .....	34
IV.2.2 <i>Business Model Canvas</i> Saat ini .....	42
IV.2.3    Konfirmasi <i>Business Model Canvas</i> Saat ini .....	42
IV.2.4    Data <i>Customer profile</i> .....	43
IV.2.5 <i>Customer jobs</i> .....	44
IV.2.6 <i>Customer gains</i> .....	46
IV.2.7 <i>Customer pains</i> .....	48
IV.2.8    Customer Profiling.....	51
IV.2.9    Analisis Data <i>Business Model Environment</i> .....	52
IV.2.10 <i>Business Model Environment</i> .....	55
IV.2.11    Analisis SWOT .....	55
IV.2.12    Strategi Usulan Berdasarkan Hasil SWOT .....	72
IV.2.13    Perancangan <i>Value proposition Canvas</i> .....	73
IV.2.14 <i>Value map</i> .....	76
IV.2.15    Fit <i>Value proposition</i> dengan <i>Customer profile</i> .....	76
IV.2.16    Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan .....	78
IV.2.17    Perancangan Usulan BMC.....	82

IV.2.18	Perancangan TikTok.....	83
IV.2.19	Simulasi Finansial.....	89
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI SERTA ANALISIS HASIL .....		91
V.1	Verifikasi dan Validasi <i>Business Model Canvas</i> .....	91
V.1.1	Verifikasi Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	91
V.1.2	Validasi Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan .....	95
V.2	Verifikasi dan Validasi Rancangan TikTok .....	98
V.2.1	Verifikasi Hasil Rancangan TikTok .....	98
V.2.2	Validasi Hasil Rancangan TikTok .....	100
V.3	Analisis Hasil Rancangan .....	100
V.3.1	Analisis Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Saat ini.....	101
V.3.2	Analisis Rancangan <i>Customer profile</i> dan SWOT.....	101
V.3.3	Analisis Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan .....	102
V.3.4	Analisis Rancangan TikTok .....	103
V.4	Evaluasi Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan .....	104
V.5	Rencana Implementasi Hasil Rancangan Bisnis Model.....	106
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		109
VI.1	Kesimpulan dan Saran .....	109
VI.1.1	Kesimpulan .....	109
VI.1.2	Saran .....	112
LAMPIRAN.....		113
LAMPIRAN 1 Hasil Wawancara <i>Business Model Canvas</i> Saat ini.....		113
LAMPIRAN 2 Kuesioner <i>Customer profile</i> .....		114
LAMPIRAN 3 Kuesioner SWOT .....		118
DAFTAR PUSTAKA.....		125