

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3 Target Finansial	14
1.4 Rumusan Masalah.....	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori Dan Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.1 Manajemen Strategi	19
2.1.2 Model Bisnis	24
2.1.3 Model Bisnis Canvas	26
2.1.4 Analisis <i>PESTLE</i>	28
2.1.5 <i>Porter Five Forces</i>	31
2.1.6 Analisis Swot	33
2.1.7 Matriks TOWS.....	34
2.1.8 Teknologi Digital dalam Industri <i>Fashion</i>	36
2.1.9 <i>Fashion Sustainability</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu	41

2.3	Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Operasionalisasi Variabel	52
3.3	Tahapan Penelitian.....	57
3.4	Situasi Sosial.....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6	Uji Validitas.....	61
3.6.1	Uji Validitas Internal (Kredibilitas).....	62
3.6.2	Uji Transferabilitas	62
3.6.3	Uji Depandabilitas	63
3.6.4	Uji Komfirmabilitas.....	63
3.7	Teknik Analisis Data	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Karakteristik Responden.....	67
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1	Bussiness Model Canvas Saat Ini	90
4.2.2	Analisis PESTLE	100
4.2.3	Analisa <i>Porters Five Forces</i>	102
4.2.4	Analisis SWOT Internal	105
4.2.5	Analisis Bussiness Model Canvas Eksternal	106
4.2.6	Analisis SWOT Eksternal.....	109
4.2.7	Matriks TOWS.....	111
4.2.8	Rekomendasi Strategi Baru <i>Bussiness Model Canvas</i> SALASA	114
4.3	Pembahasan	117
4.3.1	Kebutuhan akan Transformasi Model Bisnis.....	118
4.3.2	Kesesuaian Strategi Baru dengan Permasalahan dan Target Bisnis	118
4.3.3	Penjabaran Business Model Canvas Baru	119
4.3.4	Implikasi dan Keunggulan Strategis dari Model Baru.....	120
4.3.5	Perbandingan Model Bisnis Awal dan yang Direkomendasikan.....	120
4.3.6	Integrasi Proyeksi Keuangan terhadap Strategi Bisnis	121

4.3.7	Potensi Pengembangan Strategis Jangka Menengah	121
4.3.8	Implikasi Praktis bagi Industri Fashion Digital Lokal.....	121
4.3.9	Keterkaitan dengan Literatur dan Teori.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		123
5.1	Kesimpulan	123
5.2	Saran	126
5.2.1	Saran Praktisi	126
5.2.2	Saran Akademis	127
DAFTAR PUSTAKA.....		129
LAMPIRAN		137