

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR ISTILAH	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Tugas Akhir	9
I.4 Manfaat Tugas Akhir	9
I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	9
I.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1 Literatur.....	12
II.1.1 Model Bisnis	12
II.1.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	12
II.1.3 <i>Analisis 7 Questions</i>	15
II.1.4 <i>Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>	17
II.1.5 <i>Blue Ocean</i>	19
II.2 <i>Business Model Environment</i>.....	20

II.3	Pemilihan Metode/Kerangka Kerja	22
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH		24
III.1	Sistematika Penyelesaian Masalah	24
III.1.1	Tahap Pendahuluan	25
III.1.2	Tahap Pengumpulan Data	26
III.1.3	Tahap Pengolahan Data.....	27
III.1.4	Tahap Analisis dan Perancangan	27
III.1.5	Tahap Verifikasi dan Validasi Hasil Rancangan	29
III.1.6	Tahap Akhir	30
BAB IV PENYELESAIAN MASALAH		31
IV.1	Profil Perusahaan.....	31
IV.2	Deskripsi Data	31
IV.2.1	Data Internal Perusahaan.....	32
IV.2.1.1	<i>Customer Segments</i>	33
IV.2.1.2	<i>Value Propositions</i>	33
IV.2.1.3	<i>Customer Relationships</i>	35
IV.2.1.4	<i>Channels</i>	35
IV.2.1.5	<i>Revenue Streams</i>	36
IV.2.1.6	<i>Key Activities</i>	36
IV.2.1.7	<i>Key Resources</i>	37
IV.2.1.8	<i>Key Partnerships</i>	38
IV.2.1.9	<i>Cost Structure</i>	38
IV.2.1.10	<i>Business Model Canvas</i> Saat Ini	38
IV.2.2	Data Profil Pelanggan UD Parrona	39
IV.2.2.1	<i>Customer Jobs</i>	39
IV.2.2.2	<i>Customer Pains</i>	41
IV.2.2.3	<i>Customer Gains</i>	42
IV.2.3	Data Lingkungan Bisnis UD Parrona.....	44
IV.2.3.1	<i>Market Force</i>	45
IV.2.3.2	<i>Industry Force</i>	46
IV.2.3.3	<i>Key Trends</i>	50

IV.2.3.4 <i>Macroeconomic Force</i>	51
IV.2.4 Analisis SWOT <i>Business Environment</i>	52
IV.3 Proses Perancangan	55
IV.3.1 Analisis 7 <i>Questions</i>	55
IV.3.2 Analisis SWOT <i>Big Picture</i>	58
IV.3.3 Matriks TOWS dan Usulan Strategi <i>Big Picture</i>	62
IV.3.4 Keseluruhan Strategi Usulan	64
IV.4 Metode <i>Blue Ocean</i>	66
IV.5 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan	60
IV.5.1 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Usulan.....	70
BAB V VALIDASI, ANALISIS HASIL, DAN IMPLIKASI	83
V.1 Validasi Hasil Rancangan	83
V.1.1 <i>Desireable</i>	84
V.1.2 <i>Feasible</i>	87
V.1.3 <i>Viable</i>	89
V.2 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	91
V.2.1 Evaluasi Hasil Rancangan.....	93
V.3 Implikasi Tugas Akhir	96
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	98
VI.1 Kesimpulan	98
VI.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103