

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah DriverBDG	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Produk dan Jasa.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Fokus Penelitian	10
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6.1 Aspek Praktis.....	11
1.6.2 Aspek Teoritis	11
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Bisnis.....	12
2.1.2 Strategi	12
2.1.3 Manajemen Strategi.....	12
2.1.4 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.5 Model Bisnis	12
2.1.6 <i>Business Model Canvas</i>	14
2.1.7 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian	39
3.3 Tahapan Penelitian	41
3.4 Situasi Sosial	43
3.5 Lokasi Penelitian	43
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	44
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.8 Teknik Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Informan	53
4.2 Hasil <i>In Depth Interview</i> dan Dokumentasi	53

4.3.1	Deskripsi Business Model Canvas DriverBDG saat ini.....	55
4.4	Matrix SWOT.....	68
4.4.1	Pembahasan Analisis SWOT	69
4.5	Analisis Pembahasan.....	76
4.5.1	<i>Customer Segments</i>	76
4.5.2	<i>Value Propositions</i>	76
4.5.3	<i>Channels</i>	77
4.5.4	<i>Customer Relationship</i>	78
4.5.5	<i>Revenue Streams</i>	78
4.5.6	<i>Key Resource</i>	79
4.5.7	<i>Key Activities</i>	80
4.5.8	<i>Key Partners</i>	81
4.5.9	<i>Cost Structure</i>	82
4.6	Rekomendasi BMC yang baru	82
4.7	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Analisis Komparatif).....	83
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Saran Bagi DriverBDG	89
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	90
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN	