

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Batasan Masalah.....	6
I.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
II.1 Manajemen Strategi.....	8
II.2 <i>Customer Profile</i>	9
II.3 <i>Value Proposition</i>	9
II.4 Pengertian Model Bisnis	10
II.5 <i>Business Model Canvas</i>	11
II.6 Sembilan Elemen Model Bisnis Kanvas	12
II.6.1 <i>Customer Segment</i>	12
II.6.2 <i>Value Proposition</i>	12
II.6.3 <i>Channel</i>	12
II.6.4 <i>Customer Relationship</i>	13
II.6.5 <i>Revenue Stream</i>	13
II.6.6 <i>Cost Structure</i>	13
II.6.7 <i>Key Activities</i>	13
II.6.8 <i>Key Resource</i>	14
II.6.9 <i>Key Partnership</i>	14

II.7 Analisis SWOT	15
II.7.1 Indikator SWOT	15
II.7.2 Perhitungan bobot dan skor SWOT.....	17
II.8 Analisis Lingkungan	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
III. 1 Model konseptual.....	20
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	22
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	24
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	24
III.2.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	26
III.2.4 Tahap Akhir, Eavlusi Hasil Rancangan, Kesimpulan, dan Saran	26
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	26
IV.1 Data Internal Konveksi Holmesick.Ltd Bandung.....	27
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
IV.1.2 Pengumpulan Data Internal Perusahaan	28
IV.2 <i>Customer Profile</i>	37
IV.2.1 <i>Customer Jobs</i>	37
IV.2.2 <i>Customer Pains</i>	39
IV.2.3 <i>Customer Gains</i>	40
IV.3 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	40
IV.3.1 Market Forces	41
IV.3.2 Key Trends.....	44
IV.3.3 Macro Economy Forces.....	46
IV.3.4 Industry Forces	47
IV.4 Pengumpulan dan Pengolahan Data SWOT Holmesick.Ltd Bandung.....	55
IV.4.1 Variabel Proposisi Nilai.....	60
IV.4.2 Variabel Biaya dan Pendapatan	61
IV.4.3 Variabel Infrastruktur	63
IV.4.4 Variabel Hubungan Pelanggan	66
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	69
V.1 Analisis SWOT	69
V.1.1 Variabel Proposisi Nilai	69
V.1.2 Variabel Biaya dan Pendapatan	71
V.1.3 Variabel Infrastruktur.....	74
V.1.4 Variabel Hubungan Pelanggan.....	77
V.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	78

V.2.1 Pain Relievers	78
V.2.2 <i>Gain Creators</i>	79
V.2.3 <i>Product and Services</i>	80
V.3 <i>Fit Customer Profile with Value Proposition</i>	81
V.4 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	84
V.5 Penilaian <i>Business Model Canvas</i> Usulan	92
V.6 <i>Business Model Canvas</i> Usulan	93
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	95
VI.1 Kesimpulan.....	95
VI.2 Saran	98
Daftar Pustaka.....	99
LAMPIRAN.....	101