

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4. Manfaat Penelitian	8
I.5 Batasan Masalah	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
II.1 Model Bisnis	11
II.2 Business Model Canvas	13
II.3 Analisis SWOT	26
II.3.1 Indikator SWOT.....	27
II.3.2 Perhitungan Bobot dan Skor	33
II.4 Value Proposition Canvas.....	34
II.5 Analisis Lingkungan Model Bisnis	36
II.6 Proses Desain Model Bisnis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
III.1 Model Konseptual	41
III.2 Sistematika Penelitian	44
III.3 Tahap Pengumpulan Data	47

III.4 Tahap Pengolahan Data	49
III.5 Tahap Perancangan Model Bisnis	50
III.6 Tahap Akhir.....	51
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	52
IV.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
IV.2 Produk Perusahaan	54
IV.3 Data Model Bisnis Eksisting UMKM TC	58
IV.3.1 <i>Customer Segmentation</i> UMKM TC	59
IV.3.2 <i>Value Proposition</i> yang Dimiliki UMKM TC.....	61
IV.3.3 <i>Channels</i> dari UMKM TC	62
IV.3.4 <i>Customer Relationship</i> UMKM TC	63
IV.3.5 <i>Revenue Stream</i> UMKM TC	64
IV.3.6 <i>Key Resources</i> UMKM TC.....	64
IV.3.7 Key Activities UMKM TC	66
IV.3.8 <i>Key Partners</i> UMKM TC	68
IV.3.9 <i>Cost Structure</i> UMKM TC	69
IV.3.10 Model Bisnis Eksisting UMKM TC	70
IV.4 Data Konsumen	78
IV.4.1 <i>Customer Jobs</i> Pelanggan UMKM TC.....	79
IV.4.2 Data <i>Pains</i> Pelanggan UMKM TC	80
IV.4.3 Data <i>Gains</i> Pelanggan UMKM TC	80
IV.4.4 Customer Profiling	80
IV.5 Data Lingkungan Bisnis UMKM TC	83
IV.5.1 <i>Market Forces</i>	83
IV.5.2 <i>Industry Forces</i>	89
IV.5.3 Key Trends	91
IV.5.4 Macro Economic Forces	94
IV.5.5 Business Model Environment.....	96
IV.6 Pengolahan Data SWOT UMKM TC	100
IV.6.1 Perhitungan Bobot dan Skor.....	100
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS	110
V.1 Analisis SWOT	110

V.1.1 Proposisi Nilai.....	110
V.1.2 Biaya dan Pendapatan	113
V.1.3 Infrastruktur	115
V.1.4 Hubungan Pelanggan	117
V.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	120
V.3 Hubungan <i>Customer Profile</i> dengan <i>Value Maps</i>	121
V.4 Perancangan Business Model Canvas Usulan.....	125
V.5 Penilaian Business Model Canvas	133
V.6 Business Model Canvas Usulan	135
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	137
VI.1 Kesimpulan	137
VI.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN A	144
LAMPIRAN B	151
LAMPIRAN C	162