

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 17 |
| I.1 Latar Belakang | 17 |
| I.2 Perumusan Masalah | 24 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 25 |
| I.5 Batasan Penelitian | 25 |
| I.6 Sistematika Penulisan | 26 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 27 |
| II.1 Pengertian Bisnis | 27 |
| II.2 Pengertian Model | 27 |
| II.3 Pengertian Model Bisnis | 27 |
| II.4 <i>Business Model Canvas</i> | 32 |
| II.4.1 Sembilan Blok Dasar | 33 |
| II.5 Perancangan Wawancara | 41 |
| II.6 <i>Value Proposition Canvas (VPC)</i> | 42 |
| II.7 Lingkungan Model Bisnis | 42 |
| II.8 Analisis SWOT | 46 |
| II.9 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya | 46 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | 48 |
| III.1 Model Konseptual | 48 |
| III.2.1 Tahap Pendahuluan | 51 |
| III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data | 53 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | 62 |
| IV.1 Pengumpulan Data | 62 |
| IV.1.1 Pengumpulan Data Internal Perusahaan HRCN Outfitters | 62 |

| | | |
|------------|--|-----|
| IV.1.1.1 | Profil Perusahaan | 62 |
| IV.1.1.2 | <i>Customer Segments</i> HRCN Outfitters..... | 62 |
| IV.1.1.3 | Value Proposition <i>HRCN Outfitters</i> | 64 |
| IV.1.1.4 | Channel Eksisting <i>HRCN Outfitters</i> | 68 |
| IV.1.1.5 | Customer Relationship <i>HRCN Outfitters</i> | 71 |
| IV.1.1.6 | Cost Structure <i>HRCN Outfitters</i> | 73 |
| IV.1.1.6.1 | Biaya Operasional | 73 |
| IV.1.1.6.2 | Biaya Pengadaan | 75 |
| IV.1.1.6.3 | Biaya Marketing..... | 75 |
| IV.1.1.6.4 | Biaya Overhead..... | 76 |
| IV.1.1.6.5 | Total Biaya..... | 76 |
| IV.1.1.7 | Revenue Stream HRCN Outfitters | 76 |
| IV.1.1.8 | Key Resources <i>HRCN Outfitters</i> | 78 |
| IV.1.1.9 | Key Activities <i>HRCN Outfitters</i> | 79 |
| IV.1.1.10 | Key Partnership <i>HRCN Outfitters</i> | 80 |
| IV.1.1.11 | Kondisi Bisnis Model Canvas Eksisting HRCN Outfitters | 82 |
| IV.2 | Kondisi Lingkungan Model Bisnis HRCN Outfitters..... | 84 |
| IV.2.1 | Kekuatan Pasar..... | 84 |
| IV.2.1.1 | Isu-isu Pasar | 85 |
| IV.2.1.2 | Segmen Pasar | 87 |
| IV.2.1.3 | Kebutuhan dan Permintaan | 88 |
| IV.2.1.4 | Biaya Berpindah..... | 90 |
| IV.2.1.5 | Daya Pikat Pendapatan..... | 91 |
| IV.2.2 | Kekuatan Industri | 92 |
| IV.2.2.1 | Pesaing | 93 |
| IV.2.2.2 | Produk dan Jasa Pengganti..... | 94 |
| IV.2.2.3 | Pemasok dan Pelaku Rantai Nilai | 94 |
| IV.2.2.4 | Stakeholder..... | 95 |
| IV.2.3 | Tren Kunci | 96 |
| IV.2.3.1 | Tren Teknologi..... | 96 |
| IV.2.3.2 | Tren Regulasi | 97 |
| IV.2.3.3 | Tren Budaya dan Masyarakat | 98 |
| IV.2.3.4 | Tren Sosio Ekonomi..... | 100 |
| IV.2.4 | Kekuatan Ekonomi Makro | 100 |
| IV.2.4.1 | Kondisi Pasar Global | 101 |
| IV.2.4.2 | Komoditas dan Sumber Daya..... | 101 |
| IV.2.5 | Analisis Lingkungan Model Bisnis Eksisting HRCN Outfitters | 102 |
| IV.3 | Pengumpulan dan Pengolahan Data Analisis <i>SWOT</i> Model Bisnis..... | 106 |
| IV.3.1 | Kekuatan dan Kelemahan | 106 |
| IV.3.1.1 | Proposisi Nilai..... | 106 |
| IV.3.1.1.1 | Kekuatan HRCN Outfitters Pada Proposisi Nilai | 107 |

| | | |
|--------------------------------------|--|-----|
| IV.3.1.1.2 | Kelemahan HRCN Outfitters Pada Proposisi Nilai | 107 |
| IV.3.1.2 | Biaya dan Pendapatan | 108 |
| IV.3.1.2.1 | Hasil Kekuatan HRCN Outfitters Pada Biaya dan Pendapatan | 109 |
| IV.3.1.2.2 | Kelemahan HRCN Outfitters Pada Proposisi Nilai | 110 |
| IV.3.1.3 | Infrastruktur..... | 110 |
| IV.3.1.3.1 | Hasil Kekuatan HRCN Outfitters Pada Infrastruktur..... | 111 |
| IV.3.1.3.2 | Hasil Kelemahan HRCN Outfitters Pada Infrastruktur..... | 111 |
| IV.3.1.4 | Hubungan Pelanggan | 112 |
| IV.3.1.4.1 | Hasil Kekuatan HRCN Outfitters Pada Hubungan Pelanggan | 114 |
| IV.3.1.4.2 | Hasil Kelemahan HRCN Outfitters Pada Hubungan Pelanggan..... | 114 |
| IV.3.1.5 | Hasil Analisis Kekuatan HRCN Outfitters | 114 |
| IV.3.1.6 | Hasil Analisis Kelemahan HRCN Outfitters..... | 115 |
| IV.3.2 | Peluang..... | 116 |
| IV.3.3 | Ancaman | 116 |
| IV.4 | Kondisi Eksisting <i>Customer Profile</i> Canvas HRCN Outfitters | 117 |
| IV.4.1 | Customer Profile | 118 |
| IV.4.1.1 | Costumer Jobs | 118 |
| IV.4.1.2 | Pains | 119 |
| IV.4.1.3 | Gains | 120 |
| BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN | | 121 |
| V.1 | Perancangan Value Maps Terhadap Customer Profil | 121 |
| V.1.1 | Pains Reliever | 121 |
| V.1.2 | Gains Creator | 122 |
| V.1.3 | Product dan Service | 123 |
| V.2 | Matriks <i>TWOS</i> | 123 |
| V.3 | Perancangan Strategi Untuk Model Bisnis Usulan HRCN Outfitters .. | 128 |
| V.4 | Finansial Usulan Strategi Model Binis | 137 |
| V.4.1 | Keuntungan Usulan Strategi <i>Cross selling</i> Produk..... | 137 |
| V.4.2 | Biaya Pemasaran Video Digital pada Instagram ads | 138 |
| V.4.3 | Biaya Pemasaran video digital Melalui Youtube ads. | 139 |
| V.4.4 | Biaya Pemasaran Melalui selebgram | 140 |
| V.4.5 | Biaya Pemasaran Melalui Youtuber | 140 |
| V.4.7 | Total Biaya Pemasaran | 142 |
| V.4.7.1 | Total Biaya Pemasaran usulan | 142 |
| V.4.7.2 | Total Biaya Pemasaran Usulan dan Eksisting | 142 |
| V.5 | Melakukan Kalibrasi Usulan..... | 142 |
| V.5.1 | Mengkalibrasi Usulan Terhadap Pemilik HRCN Outfitters..... | 142 |
| V.6 | Perancangan Model Bisnis Usulan untuk HRCN Outfitters | 147 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | | 152 |
| VI.1 | Kesimpulan | 152 |
| VI.2 | Saran | 158 |

LAMPIRAN.....162