

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	II
ABSTRAK	III
<i>ABSTRACT</i>	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR SINGKATAN	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
I.3.1 Tujuan.....	6
I.3.2 Manfaat.....	6
I.4 Batasan Penelitian dan Asumsi	6
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
II.1 Model Bisnis	9
II.1.1 Pengertian Model Bisnis	9
II.1.2 Sejarah Model Bisnis	9
II.2 Business Model Canvas	10
II.2.1 <i>Customer Segments</i>	11

II.2.2 <i>Value Propositions</i>	11
II.2.3 <i>Channels</i>	12
II.2.4 <i>Customer Relationship</i>	12
II.2.5 <i>Revenue Streams</i>	13
II.2.6 <i>Key Resources</i>	13
II.2.7 <i>Key Activities</i>	13
II.2.8 <i>Key Partnerships</i>	14
II.2.9 <i>Cost Structure</i>	15
II.3 Analisis SWOT	17
II.3.1 Pengertian Analisis SWOT	17
II.3.2 Aspek-Aspek pada Analisis SWOT	18
II.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	19
II.5 Analisis Lingkungan Bisnis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
III.1 Model Konseptual	27
III.2 Sistematika Penelitian	29
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	31
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	32
III.2.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	35
III.2.4 Tahap Evaluasi Rancangan.....	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
IV.1 Data Internal eFishery	37
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
IV.1.2 Produk Perusahaan	38
IV.2 Pemetaan Model Bisnis Saat Ini eFishery	41
IV.2.1 <i>Customer Segment</i>	42

IV.2.2 <i>Value Proposition</i>	43
IV.2.3 <i>Channels</i>	43
IV.2.4 <i>Customer Relationship</i>	44
IV.2.5 <i>Revenue Streams</i>	45
IV.2.6 <i>Key Activities</i>	45
IV.2.7 <i>Key Resource</i>	47
IV.2.8 <i>Key Partners</i>	47
IV.2.9 <i>Cost Structure</i>	48
IV.2.10 Model Bisnis Eksisting eFisheryFresh	50
IV.3 Data Pelanggan.....	51
IV.3.1 Data <i>Customer Jobs</i> Pelanggan eFisheryFresh	52
IV.3.2 Data <i>Customer Gains</i> Pelanggan eFisheryFresh	53
IV.3.3 Data <i>Customer Pains</i> Pelanggan eFisheryFresh.....	54
IV.3.4 <i>Customer Profiling</i> Pelanggan eFisheryFresh.....	56
IV.4 Data Lingkungan Bisnis	59
IV.4.1 Data <i>Market Forces</i>	59
IV.4.2 Data <i>Industry Forces</i>	61
IV.4.3 Data <i>Key Trends</i>	65
IV.4.4 Data <i>Macro Economic Forces</i>	67
IV.5 Pengolahan Data SWOT eFisheryFresh.....	73
IV.5.1 Konfirmasi SWOT pada eFisheryFresh	74
IV.5.2 Analisis Konfirmasi SWOT eFisheryFresh.....	76
IV.5.3 Perhitungan SWOT pada eFisheryFresh	81
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	88
V.1 Analisis dan Strategi SWOT.....	88
V.1.1 <i>Customer Interface</i>	88

V.1.2 <i>Value Proposition</i>	91
V.1.3 <i>Infrastructure</i>	94
V.1.4 <i>Cost / Revenue</i>	96
V.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	97
V.3 <i>Fit Customer Profile dengan Value Proposition</i>	100
V.4 Perancangan Model Bisnis Usulan	105
V.5 Analisis Hasil Rancangan Usulan Model Bisnis eFisheryFresh	106
V.6 Penilaian <i>Business Model Canvas</i>	108
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	111
VI.1 Kesimpulan	111
VI.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN A	116
LAMPIRAN B	117
LAMPIRAN C	129