

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	9
I.5 Batasan Penelitian	9
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II.1 Model Bisnis	11
II.2 <i>Business Model Canvas</i>	11
II.3 Analisis SWOT	25
II.4 Perhitungan Bobot Dan Skor.....	26
II.4 Analisis Lingkungan Model Bisnis.....	27
II.5 <i>Value proposition Canvas</i>	31
II.6 Penelitian Terdahulu	32
II.6.1 Penelitian Muhammad Arfidh (2018).....	32
II.6.2 Penelitian Putu Aridharma (2016).....	33
II.6.3 Penelitian Ivander Rizky Suharto (2020)	33
II.6.4 Penelitian Indah Ayu Melaningsih (2020).....	33
II.6.5 Penelitian Novri Nur Rizki (2020)	34
II.6.6 Penelitian Ihfan Fajar Satria (2019)	34
II.6.7 Penelitian Andi Hidayat (2019)	35
II.6.8 Penelitian Thommy Hanif Setiawan (2019)	35
II.6.9 Penelitian Zein Hanafi (2014).....	36
II.6.10 Penelitian Azzvira Liyanshurullah (2020).....	37
II.7. Daftar Penelitian Terdahulu.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45

III.1 Model Konseptual.....	45
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	46
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	48
III.2.2 Tahap Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	48
III.2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data.....	49
III.2.2.2 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	51
III.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	51
III.3.1 Analisis SWOT.....	51
III.3.2 Perancangan Model Bisnis.....	52
III.4 Kesimpulan Dan Saran.....	52
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	53
IV.1 Data internal Stco.theway.....	53
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
IV.1.2 Produk Stco.theway.....	55
IV.2 Data model Bisnis Saat ini di Stco.theway.....	55
IV.2.1 <i>Cuustomer Segment</i> Stco.theway.....	56
IV.2.2 <i>Value proposition</i> Stco.theway.....	57
IV.2.3 <i>Channel</i> Stco.theway.....	57
IV.2.4 <i>Customer Relationship</i> Stco.theway.....	57
IV.2.5 <i>Revenue Stream</i> Stco.theway.....	58
IV.2.6 <i>Key Resources</i> Stco.theway.....	58
IV.2.7 <i>Key Activities</i> Stco.theway.....	58
IV.2.8 <i>Key Partnership</i> Stco.theway.....	59
IV.2.9 <i>Cost Structure</i> Stco.theway.....	60
IV.2.10 Model bisnis saat Stco.theway.....	60
IV.3 Kondisi Eksisting <i>Business Model Canvas</i>	66
IV.3.1 <i>Customer Profile</i>	66
IV.3.1.1 <i>Customer Jobs</i>	67
IV.3.1.2 <i>Costumer Pains</i>	67
IV.3.1.3 <i>Gains</i>	68
IV.4 Data Lingkungan Bisnis Stco.theway.....	69
IV.4.1 <i>Market forces</i> (Kekuatan Pasar).....	69
IV.4.1.1 Isu-isu pasar.....	70
IV.4.1.2 Segmen pasar.....	70
IV.4.1.3 Kebutuhan dan permintaan.....	72
IV.4.1.4 Biaya berpindah.....	73

IV.4.1.5 Daya Pikat Pendapatan.....	75
IV.4.2 <i>Industri Forces</i> (Kekuatan Industri)	76
IV.4.2.1 Produk dan jasa pengganti.....	76
IV.4.2.2 Pesaing.....	77
IV.4.2.3 <i>Stakeholder</i>	77
IV.5 <i>Key Trends</i> (Tren-TrenKunci).....	78
IV.5.1 <i>Macro economic forces</i> (Kekuatan Ekonomi Makro).....	81
IV.6 <i>Business Model Environment</i>	82
IV.7 Pengolahan Data SWOT Stco.theway	89
IV.8 Analisis Swot Perusahaan	90
IV..8.1 Perhitungan Bobot Skor	96
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	101
V.1 Analisis SWOT	101
V.1.1 <i>Value proposition</i>	101
V.1.2 Biaya Pendapatan	104
V.1.3 Infrastruktur	108
V.1.4 Hubungan <i>Customer</i>	111
V.2 <i>Value proposition Canvas</i>	114
V.3 Hubungan <i>Customer Profile</i> Dengan <i>Value Map</i>	116
V.4 Perancangan Strategi Usulan Model Bisnis Stco.theway	118
V.5 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan	120
V.6 Penilaian <i>Business Model Canvas</i>	130
V.7 <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	132
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
VI.1 Kesimpulan.....	133
VI.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA.....	134