

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR ISTILAH	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Solusi.....	10
I.3 Perumusan Masalah.....	13
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	13
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	13
I.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	16
II.1 Fishbone Diagram.....	16
II.2 Rich Picture	18
II.3 Strategi.....	18
II.4 Bisnis	19
II.5 Model Bisnis	20
II.6 Model Bisnis Canvas	21
II.6.1 <i>Customer Segments</i>	22
II.6.2 <i>Value Proposition</i>	24
II.6.3 <i>Channels</i>	24
II.6.4 <i>Customer Relationship</i>	25
II.6.5 <i>Revenue Streams</i>	26
II.6.6 <i>Key Resources</i>	27
II.6.7 <i>Key Activities</i>	28
II.6.8 <i>Key Partnership</i>	28
II.6.9 <i>Cost Structure</i>	29
II.7 Model Bisnis <i>Environment</i>	30
II.7.1 <i>Key Trends</i>	30
II.7.2 Market Forces	32
II.7.3 <i>Industry Forces</i>	34
II.7.4 <i>Macro-Economic Forces</i>	36
II.8 <i>Value Proposition Canvas</i>	37
II.8.1 <i>Customer Profile</i>	38
II.8.2 <i>Value Map</i>	41
II.9 SWOT Analysis.....	41
II.9.1 Perhitungan Bobot dan Skor <i>SWOT</i>	44
II.10 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan.....	45
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	48
III.1 Sistematika Perancangan.....	48

III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data	48
III.1.2 Tahapan Perancangan.....	49
III.1.3 Tahap Pengolahan Data.....	52
III.1.4 Verifikasi Hasil Rancangan.....	53
III.1.5 Validasi Hasil Rancangan	53
III.1.6 Kesimpulan dan Saran.....	54
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	54
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	55
IV.1 Deskripsi Data.....	55
IV.1.1 Gambaran Umum dari The Daily Maiimi	55
IV.1.2 Data Strategi dan Model Bisnis Eksisting dari The Daily Maiimi	56
IV.1.3 <i>Customer Profile</i>	64
IV.1.4 <i>Business Model Environment</i>	67
IV.1.5 Pemetaan <i>Business Model Environment</i>	72
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	72
IV.3 Proses Perancangan.....	76
IV.3.1 Pengolahan Data <i>SWOT</i> dari The Daily Maiimi	76
IV.3.2 Konfirmasi <i>SWOT</i>	81
IV.4 Hasil Rancangan	82
IV.4.1 Perhitungan Bobot dan Skor	82
IV.4.2 Strategi Usulan	100
IV.4.3 <i>Value Map</i>	107
IV.4.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	108
IV.4.4 Perancangan Model Bisnis Canvas Usulan.....	110
IV.4.5 Perancangan Sistem Terintegrasi	112
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	116
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	122
V.1 Validasi Hasil Rancangan.....	122
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	124
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	127
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	133
VI.1 Kesimpulan	133
VI.1.1 Model Bisnis Eksisting	133
VI.1.2 <i>Business Model Canvas</i> Usulan	134
VI.2 Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN 1 Wawancara <i>CEO</i> The Daily Maiimi	141
LAMPIRAN 2 Wawancara <i>Customer</i> The Daily Maiimi.....	142
LAMPIRAN 3 Kuesioner Bobot <i>SWOT</i>	144
LAMPIRAN 4 Kuesioner Skor <i>SWOT</i>	159
LAMPIRAN 5 Konfirmasi dan Analisis <i>SWOT</i> The Daily Maiimi Dengan <i>CEO</i>	169
LAMPIRAN 6 Analisis dan Konfirmasi Strategi Bisnis Model Usulan Pada Bisnis The Daily Maiimi	174