

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Alternatif Solusi.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	6
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	6
1.6 Batasan Masalah	7
1.7 Sistematika Tugas Akhir	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
II.1 Pengertian Model Bisnis	9
II.2 Business Model Canvas	9
II.2.1 Customer Segment.....	10
II.2.2 Value Propositions.....	10
II.2.3 Channels	11
II.2.4 Customer Relationship	11
II.2.5 Revenue Streams	11
II.2.6 Key Resources	12
II.2.7 Key Activities	12
II.2.8 Key Partnership	12
II.2.9 Cost Structures.....	13
II.3 Value Proporsition Design	13
II.3.1 Customer Profile.....	13

II.3.2 Value Map	14
II.4 Analisis Lingkungan Model Bisnis	15
II.4.1 Key Trends	15
II.4.2 Market Forces	16
II.4.3 Marco-Economis Forces	16
II.4.4 Industry Forces	17
II.5 Analisis SWOT	18
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	20
III.1 Model Konseptual	20
III.2 Sistematika Penelitian	21
III.2.1 Tahap Kerangka Berpikir	24
III.2.2 Tahap Pegumpulan dan Pengolahan Data	25
III.2.3 Tahap Pengolahan Data	26
III.2.4 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis	26
BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA	27
IV.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
IV.2 Produk Perusahaan	28
IV.3 Customer Segmentation Kuno Kopi	30
IV.3.1 <i>Customer Segmentation</i> (Segmen Pelanggan)	31
IV.3.2 <i>Value Propositions</i> (Proporsi Nilai)	31
IV.3.3 <i>Channels</i> (Saluran)	31
IV.3.4 <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	32
IV.3.5 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)	32
IV.3.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	32
IV.3.7 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	32
IV.3.8 Key Partnership	33
IV.3.9 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	33
IV.4 Data Konsumen	36
IV.4.1 Wawancara Konsumen	36
IV.4.2 <i>Customer Jobs</i> Pelanggan Kuno Kopi	37
IV.4.3 Data <i>Pains</i> Pelanggan Kuno Kopi	37
IV.4.4 Data <i>Gains</i> Pelanggan Kuno Kopi	38

IV.5 Data Lingkungan Bisnis Perusahaan Kuno Kopi	40
IV.5.1 <i>Key Trends</i> (Tren Kunci)	40
IV.5.2 Market Forces	42
IV.5.3 Macro Economic Forces	45
IV.5.4 Industry Forces.....	46
IV.5.5 Business Model Environment	48
IV.6 Pengolahan Data SWOT Kuno Kopi.....	52
IV.6.1 Analisis SWOT Perusahaan.....	52
IV.6.2 Perhitungan Bobot dan Skor	54
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	59
V.1 Analisis SWOT	59
V.1.1 Hubungan Pelanggan.....	59
V.1.2 Infrastruktur.....	60
V.1.3 Biaya Dan Pendapatan	63
V.1.4 Proporsi Nilai	65
V.2 Value Proposition Canvas.....	67
V.3 Hubungan Customer Profile dengan Value Map.....	69
V.4 Perancangan Business Model Canvas Usulan	71
V.6 Business Model Canvas Usulan.....	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
VI.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80