

DAFTAR ISI

ABSTRAK	II
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
Kata Pengantar	V
Daftar Isi.....	VI
Daftar Gambar.....	XI
Daftar Tabel	XII
Daftar Lampiran	XIV
Daftar Istilah.....	XV
Bab I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	7
I.3 Perumusan Masalah.....	9
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	9
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	9
I.6 Sistematika Penulisan.....	10
Bab II Landasan Teori	11
II.1 Manajemen Pemasaran.....	11
II.1.1 Strategi	11
II.1.2 Strategi Pemasaran	11
II.1.3 STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	12
II.1.4 Bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	13
II.2 Kewirausahaan.....	14
II.2.1 Wirausaha.....	14
II.2.2 <i>Business Model</i>	15

II.2.4	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	15
II.2.5	<i>Value Proposition Design</i>	17
II.2.6	<i>Customer Profile</i>	18
II.2.7	<i>Customer Pains</i>	19
II.2.8	<i>Customer Jobs</i>	19
II.2.9	<i>Customer Gains</i>	19
II.2.10	<i>Value Maps</i>	20
II.2.11	Produk dan Jasa	20
II.2.12	<i>Pain Reliever</i>	21
II.2.13	<i>Gains Creators</i>	21
II.3	Analisis Lingkungan Model Bisnis.....	22
II.3.1	Kekuatan Pasar (<i>Market Forces</i>)	22
II.3.2	Kekuatan Industri (<i>Industry Forces</i>).....	23
II.3.3	Tren Kunci (<i>Key Trends</i>)	24
II.3.4	Kekuatan Ekonomi Makro (<i>Macro Economy Forces</i>).....	24
II.4	<i>Lean Canvas</i>	25
II.5	Analisis SWOT	27
II.5.1	<i>Value Chain</i>	30
II.6	Perbandingan Metode dan Metode yang Dipilih	32
Bab III	METODOLOGI PERANCANGAN.....	34
III.I	Sistematika Perancangan	34
III.I.1	Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	37
III.I.2	Analisis Perancangan Model Bisnis.....	39
III.I.3	Tahap Verifikasi.....	40
III.I.4	Tahap Validasi	40
III.I.5	Tahap Akhir	40

III.1	Batasan dan Asumsi	41
Bab IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	42
IV.1	Deskripsi Data	42
IV.1.1	Kondisi Eksisting Model Bisnis Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.....	42
IV.1.1.1	Pelanggan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja (<i>Customer Segment</i>)	43
IV.1.1.2	Nilai-nilai yang di tawarkan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	44
IV.1.1.3	Cara Pabrik Kerupuk Jaja Raharja Memasarkan Produknya.....	45
IV.1.1.4	Cara Pabrik Kerupuk Jaja Raharja Mempertahankan Pelanggan	46
IV.1.1.5	<i>Revenue Streams</i>	47
IV.1.1.6	Sumber Daya yang Dimiliki Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	47
IV.1.1.7	Sumber Daya yang Dimiliki Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	49
IV.1.1.8	Mitra yang bekerja sama dengan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	50
IV.1.1.9	Mitra yang bekerja sama dengan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	50
IV.1.2	Data <i>Customer Profile</i> Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	53
IV.1.2.1	<i>Customer Jobs</i> Pelanggan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.....	53
IV.1.2.2	<i>Customer Pains</i> Pelanggan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	54
IV.1.2.3	<i>Customer Gains</i> Pelanggan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.....	56
IV.1.3	Data Lingkungan Bisnis Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	58
IV.1.3.1	<i>Market Force</i>	58
IV.1.3.2	<i>Industry Forces</i>	60
IV.1.3.3	<i>Key Trends</i>	62
IV.1.3.4	<i>Macro Economic Force</i>	63
IV.1.4	Kondisi Lingkungan Bisnis Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	65
IV.2	Spesifikasi Perancangan dan Standar Perancangan Model Bisnis Pada Pabrik kerupuk Jaja Raharja.....	68
IV.3	Proses Perancangan <i>Business Model Canvas</i>	68

IV.3.1 Analisis SWOT dan Perumusan Strategi	68
IV.3.1.1 Analisis SWOT <i>customer interface</i>	68
IV.3.1.2 Analisis SWOT <i>Value Proposition</i>	71
IV.3.1.3 Analisis SWOT <i>Cost/Revenue Stream</i>	72
IV.3.1.4 Analisis SWOT <i>Infrastructure</i>	73
IV.3.2 Perhitungan Skor, Matriks SWOT, dan usulan pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	75
IV.3.2.1 <i>Value Proposition</i>	75
IV.3.2.2 <i>Cost/Revenue Streams</i>	79
IV.3.2.3 <i>Infrastructure</i>	83
IV.3.2.3 <i>Customer Interface</i>	88
IV.3.3 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	92
IV.3.3.1 <i>Pains Reliever</i>	93
IV.3.3.2 <i>Gains Creators</i>	94
IV.3.3.3 <i>Product and Service</i>	94
IV.3.4 <i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition</i>	95
IV.4 Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas Usulan</i>	97
IV.4.1 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	99
IV.4 Verifikasi Hasil Rancangan	104
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	106
V.1 Validasi Hasil Rancangan	106
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	109
V.3 Analisis dan Rencana Hasil Rancangan	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	112
VI.1 Kesimpulan	112

VI.2 Saran	115
Datar Pustaka	116
LAMPIRAN A – Daftar Pertanyaan Wawancara	118
1. Wawancara Konsumen.....	119
2. Tabel Responden.....	121