

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	11
I.3 Rumusan Masalah	13
I.4 Tujuan Tugas Akhir	13
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	13
I.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
II.1 Konsep Model Bisnis.....	15
II.2 Manajemen Pemasaran	15
II.3 Cost Reduction	16
II.4 Kerangka Model Bisnis : Business Model Canvas dan Lean Canvas	18

II.4.1 Business Model Canvas.....	18
II.4.2 Lean Canvas	21
II.5 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	26
III.1 Sistematika Perancangan.....	26
III.1.1 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	28
III.1.2 Tahap Analisis dan Perancangan	31
III.1.3 Tahap Verifikasi.....	32
III.1.4 Validasi Hasil Rancangan.....	32
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	33
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	34
IV.1 Deskripsi Data	34
IV.1.1 Pengumpulan Data Internal	34
IV.1.2 Gambaran Umum Perusahaan	34
IV.2 Data Profil Konsumen	53
IV 2.1 Customer Jobs	55
IV 2.2 Customer Pains.....	56
IV 2.3 Customer Gains.....	58
IV.3 Customer Profile.....	59
IV.4 Data Lingkungan Bisnis Pick.Up Yuk.....	59
IV 4.1 Market Force	59
IV 4.2 Industry Force	63
IV 4.3 Key Trends	68
IV 4.4 Macroeconomic Forces	70
IV 4.5 Business Model Environment	72

IV.5 Proses Perancangan <i>Business Model Canvas</i>	80
IV.5.1 Analisis SWOT dan Perumusan Strategi	80
IV.5.2 Identifikasi SWOT bidang <i>Value Proposition</i>	80
IV.5.3 Identifikasi SWOT bidang <i>Cost/ Revenue Streams</i>	85
IV.5.4 Identifikasi SWOT bidang <i>Infrastructure</i>	87
IV.5.5 Identifikasi SWOT bidang <i>Customer Interface</i>	91
IV.6 Perhitungan Skor Hasil Identifikasi SWOT	93
IV.6.1 Value Proposition.....	94
IV.6.2 Cost/ Revenue Streams.....	98
IV.6.3 Infrastructure	101
IV.6.4 Customer Interface	104
IV.7 Perancangan Matriks TOWS dan Usulan Strategi.....	108
IV.7.1 Matriks TOWS & Strategi Usulan <i>Value Proposition</i>	108
IV.7.2 Matriks TOWS & Strategi Usulan <i>Cost/Revenue Streams</i>	111
IV.7.3 Matriks TOWS & Strategi Usulan <i>Infrastructure</i>	113
IV.7.4 Matriks TOWS & Strategi Usulan <i>Customer Interface</i>	118
IV.7.5 Keseluruhan Strategi Usulan Usaha Kuliner Pick.Up Yuk.....	122
IV.8 Perancangan Value Proposition Canvas	124
IV.8.1 Product and Service	125
IV.8.2 Pain Relievers	126
IV.8.3 Gain Creators.....	127
IV.8.4 Fit Customer Profile dengan Value Proposition	128
IV.9 Hasil Rancangan	128
IV.9.1 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat ini dengan Model Bisnis Usulan	129

IV.10 Verifikasi Hasil Rancangan	144
BAB V. VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	145
V.1 Validasi Hasil Rancangan	145
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan.....	149
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	151
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	152
VI.1 Kesimpulan	152
VI.2. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	155