

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	5
I.3. Tujuan Tugas Akhir.....	6
I.4. Manfaat Tugas Akhir.....	6
I.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
II.1. Business Model.....	8
II.2. BMC (Business Model Canvas).....	8
II.2.1 <i>Customer segment</i>	9
II.2.2 <i>Value proposition</i>	10
II.2.3 <i>Channels</i>	10
II.2.4 <i>Customer relationship</i>	11
II.2.6 <i>Revenue stream</i>	12

II.2.6	<i>Key resources</i>	12
II.2.7	<i>Key activities</i>	13
II.2.8	<i>Key partnership</i>	13
II.2.9	<i>Cost structure</i>	14
II.3.	<i>Business Model Environment</i>	15
II.3.1	<i>Market Force</i> (Kekuatan Pasar)	15
II.3.2	<i>Industry Force</i> (Kekuatan Industri)	16
II.3.3	<i>Key Trends</i> (Tren Kunci)	17
II.4.	Value Proposition Canvas	18
II.4.1	<i>Customer profile</i> (Profil Pelanggan)	18
II.4.2	<i>Value Map</i> (Peta Nilai)	19
II.5.	Lean Canvas	19
II.5.1	Problem	20
II.5.2	Customer Segment	20
II.5.3	Unique Value Proposition	20
II.5.4	Solution	20
II.5.5	Unfair Advantage	20
II.5.6	Revenue Streams	20
II.5.7	Key Metrics	21
II.5.8	Cost Structures	21
II.5.9	Channel	21
II.6.	SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)	21
II.6.2	<i>Strength</i> (Kekuatan)	22
II.6.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	22
II.6.4	<i>Opportunities</i>	22
II.6.4	<i>Threats</i> (Ancaman)	22

II.7.	Perbandingan dan Pemilihan Metode	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		24
III.1.	Sistematika Perancangan	24
III.1.1	Deskripsi Mekanisme Pengumpulan dan Pengolahan Data	27
III.1.2	Tahapan Perancangan	27
III.1.3	Deskripsi Mekanisme Verifikasi	28
III.1.4	Deskripsi Mekanisme Validasi hasil Rancangan.....	29
III.2.	Batasan dan Asumsi Penelitian.....	29
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		30
IV.1.	Deskripsi Data	30
IV.1.1.	Data Model Bisnis Saat Ini.....	30
IV.1.2.	Data Customer Profile UMKM Mulyo Batik.....	39
IV.1.3.	Data Lingkungan Bisnis UMKM Mulyo Batik Magetan.....	46
IV.1.4.	Kondisi Lingkungan Bisnis UMKM Mulyo Batik Magetan..	56
IV.2.	Proses Perancangan <i>Business Model Canvas</i>	59
IV.2.1.	Analisis SWOT dan Perumusan Strategi	59
IV.2.2.	Perhitungan Skor, Matriks TOWS, dan Usulan	66
IV.2.3.	Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	84
IV.2.4.	<i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition</i>	87
IV.3.	Hasil Rancangan	87
IV.4.	Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat ini dengan Model Bisnis Usulan	89
BAB V ANALISIS		107
V.1	Verifikasi dan Validasi	107
V.1.1.	Verifikasi Hasil Rancangan	107
V.1.2.	Validasi Hasil Rancangan.....	107
V.2	Evaluasi Hasil Rancangan	113

V.2	Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	115
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		117
VI.1	Kesimpulan.....	117
VI.2	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN WAWANCARA KONSUMEN		122
LAMPIRAN KUISIONER SKOR.....		125