

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>I.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>I.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>I.3 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	<b>7</b>
<b>I.4 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	<b>7</b>
<b>I.5 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
<b>II.1 Model Bisnis</b> .....	<b>9</b>
II.1.1 Manfaat Model Bisnis .....	9
II.1.2 Analisis SWOT.....	9
II.1.3 <i>Matrix</i> SWOT.....	11
<b>II.2 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan</b> .....	<b>12</b>
II.2.1 <i>Business Model Canva</i> (BMC).....	12
II.2.2 <i>Value Proposition Canvas</i> .....	18
II.2.3 <i>Business Model Environment</i> (BME).....	20
II.2.4 <i>Lean Canvas</i> .....	22
<b>II.3 Perbandingan Dan Pemilihan Metode</b> .....	<b>25</b>
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN</b> .....	<b>27</b>
<b>III.1 Sistematika Perancangan</b> .....	<b>27</b>
III.1.1 Identifikasi Kebutuhan Data .....	29
III.1.2 Tahap Pengumpulan Data .....	29
III.1.3 Tahap Pengolahan Data.....	30
III.1.4 Tahap Verifikasi dan Validasi .....	32
III.1.5 Tahap Akhir .....	33
<b>III.2 Identifikasi Sistem Terintegrasi</b> .....	<b>33</b>
<b>III.3 Batasan Dan Asumsi Tugas Akhir</b> .....	<b>34</b>
<b>BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI</b> .....	<b>35</b>
<b>IV.1 Deskripsi data</b> .....	<b>35</b>

IV.1.1	Profil Bisnis Prove.co .....	35
IV.1.2	<i>Business Model Canva Eksisting</i> Prove.co.....	37
IV.1.3	<i>Data Customer Profile</i> Prove.co.....	42
IV.1.4	<i>Data Business Model Environment</i> Prove.co.....	45
<b>IV.2</b>	<b>Pengelolaan data.....</b>	<b>52</b>
IV.2.1	Rumus Perhitungan Bobot Skor Swot.....	52
IV.2.2	Perhitungan Bobot Skor Swot Dan Matrix TOWS.....	54
IV.2.3	Perancangan dan Identifikasi <i>Value Proposition Canvas</i> .....	64
IV.2.4	<i>Fit Customer Profile</i> Dengan <i>Value Proposition</i> .....	66
IV.2.5	Hasil Rancangan <i>Business Model Canva</i> Usulan.....	67
IV.2.6	Perbandingan <i>Business Model Canvas</i> Usulan Dengan <i>Eksisting</i> .....	67
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS HASIL RANCANGAN.....</b>	<b>74</b>
<b>V.1</b>	<b>Verifikasi Hasil Rancangan.....</b>	<b>74</b>
<b>V.2</b>	<b>Validasi Hasil Rancangan .....</b>	<b>74</b>
<b>V.3</b>	<b>Evaluasi Hasil Rancangan.....</b>	<b>79</b>
<b>V.4</b>	<b>Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan .....</b>	<b>81</b>
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
<b>VI.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>84</b>
<b>VI.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>.....</b>	<b>87</b>