

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Visi.....	1
1.1.2 Misi.....	1
1.1.3 Struktur Organisasi UNPAZ.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Batasan Masalah	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Definisi Model Bisnis	17
2.1.2 <i>Business Model Canvas</i>	17

2.1.3 Desain Model Bisnis Kanvas	36
2.1.4 Analisis SWOT	38
2.1.5 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	38
2.2 Pengembangan Model Konseptual Penelitian	42
2.3 Penelitian Terdahulu.....	45
2.4 Posisi Penelitian	49
2.5 Kerangka Pemikiran	51
2.6 Hipotesis Penelitian.....	52
2.7 Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	53
3.2.1 Tahap Identifikasi dan Pendahuluan.....	55
3.2.2 Tahap Pengumpulan Data.....	55
3.3 Populasi dan Ukuran Sampel	58
3.3.1 Populasi Penelitian.....	58
3.3.2 Sampel Penelitian	58
3.4 Tahap Pengolahan Data.....	60
3.4.1 Pemetaan Bisnis Model UNPAZ saat ini.....	60
3.4.2 Desain Bisnis Model UNPAZ saat ini	60
3.4.3 Menganalisis Kondisi Bisnis Model UNPAZ saat ini	60
3.4.4 Analisis SWOT.....	60
3.5 Pengembangan Strategi UNPAZ.....	64

3.6 AHP Analisis Data dengan Metode AHP.....	64
3.7 Rancangan Bisnis Model Baru UNPAZ.....	66
3.8 Validasi Bisnis Model Baru UNPAZ	66
3.9 Tahap Kesimpulan.....	66
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	67
4.1 Pemetaan Bisnis Model UNPAZ saat ini	67
4.1.1 <i>Customer Segment</i> Saat ini	67
4.1.2 <i>Value Proposition</i> Saat ini	68
4.1.3 <i>Channels</i> Saat ini	68
4.1.4 <i>Customer Relationship</i> Saat ini	68
4.1.5 <i>Revenue Streams</i> Saat ini.....	69
4.1.6 <i>Key Resources</i> Saat ini.....	69
4.1.7 <i>Key Activities</i> Saat ini	72
4.1.8 <i>Key Partnership</i> Saat ini.....	72
4.1.9 <i>Cost Structure</i> Saat ini	74
4.2 <i>Business Model Canvas</i> UNPAZ Saat ini	74
4.3 Analisis SWOT.....	76
4.3.1 <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	76
4.3.2 <i>External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	77
4.3.3 Matriks SWOT.....	78
4.3.4 Pengembangan Strategi UNPAZ	79
4.4 Tahap Keputusan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	80

4.5 Penyusunan Rencana Pengembangan Model Bisnis Berbasis <i>Business Model Canvas</i>	84
4.5.1 Identifikasi Model Bisnis UNPAZ saat ini	84
4.5.2 Evaluasi Kualitas Model Bisnis UNPAZ	87
4.6 Perbaiki Model Bisnis UNPAZ	91
4.6.1 Inovasi <i>Customer segments</i>	94
4.6.2 Inovasi <i>Value Propositions</i>	94
4.6.3 Inovasi <i>Channels</i>	95
4.6.4 Inovasi <i>Customer Relationships</i>	95
4.6.5 Inovasi <i>Revenue Streams</i>	96
4.6.6 Inovasi <i>Key Resources</i>	96
4.6.7 Inovasi <i>Key Activities</i>	97
4.6.8 Inovasi <i>Key Partnerships</i>	97
4.6.9 Inovasi <i>Cost Structure</i>	98
4.7 Implikasi Manajerial	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	100