

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Manfaat Penelitian.....	10
I.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
II.1 Landasan Teori .....	12
II.1.1 Model Bisnis .....	12
II.1.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	12
II.1.3 Analisis SWOT ( <i>Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats</i> )....	17
II.1.4 <i>Business Model Environment</i> .....	18
II.1.5 <i>Value Proposition Canvas</i> .....	20
II.1.6 <i>Lean Canvas</i> .....	22
II.1.7 Analisis <i>Seven Questions</i> .....	24
II.2 Pemasaran Melalui Media Sosial dan <i>Marketplace</i> .....	26
II.2.1 Optimasi Instagram .....	26
II.2.2 Optimasi <i>Marketplace</i> Shopee .....	28
II.3 Metode <i>Incremental</i> .....	30
II.3.1 <i>Net Present Value</i> (NPV).....	30
II.3.2 <i>Payback Period</i> .....	31

II.3.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> .....	31
II.4 Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah .....	34
III.1.1 Tahap Pendahuluan .....	36
III.1.2 Tahap Pengumpulan Data .....	36
III.1.3 Tahap Pengolahan Data.....	38
III.1.4 Tahap Analisis dan Perancangan.....	38
III.1.5 Tahap Verifikasi .....	40
III.1.6 Tahap Validasi.....	40
III.1.7 Tahap Penutup.....	40
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir .....	41
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi .....	41
Tabel III. 2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi .....	41
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA SERTA PERANCANGAN MODEL BISNIS.....	42
IV.1 Profil Bisnis .....	42
IV.2 Deskripsi Data .....	42
IV.3 Pengumpulan Data.....	42
IV.3.1 Data Model Bisnis Perusahaan Saat ini .....	42
IV.3.2 Data <i>Customer Profile</i> .....	57
IV.3.3 Data Lingkungan Bisnis .....	67
IV.3.4 Analisis Lingkungan Bisnis Batik Cirebon HDM.....	79
IV.4 Analisis dan Perancangan .....	80
IV.4.1 Penilaian Model Bisnis Saat Ini dengan <i>Seven Questions</i> .....	80
IV.4.2 Analisis SWOT <i>Big Picture</i> .....	83
IV.4.3 Matriks TOWS dan Usulan Strategi <i>Big Picture</i> .....	88
IV.4.4 Analisis SWOT Blok <i>Customer Segment, Value Proposition, dan Channel</i> .....	92
IV.4.5 Matriks TOWS dan Usulan Strategi Blok <i>Customer Segment, Value Proposition, dan Channel</i> .....	97
IV.4.6 Keseluruhan Strategi Usulan.....	104

IV.5 Perbaiki <i>Customer Segment</i> .....	108
IV.6 Perbaiki <i>Value Proposition</i> .....	109
IV.6.1 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i> .....	109
IV.6.2 <i>Fit Value Proposition Map</i> dengan <i>Customer Profile</i> .....	111
IV.7 Perbaiki <i>Channel</i> .....	112
IV.7.1 Perancangan Instagram Batik Cirebon HDM .....	113
IV.7.2 Perancangan Shopee Batik Cirebon HDM .....	119
IV.8 Hasil Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan .....	125
IV.8.1 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan .....	126
IV.8.2 Simulasi Finansial .....	138
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI SERTA EVALUASI HASIL RANCANGAN .....	
RANCANGAN .....	141
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan .....	141
V.2 Validasi Hasil Rancangan .....	141
V.3 Evaluasi Hasil Rancangan .....	145
V.4 Rencana Implementasi Hasil Rancangan .....	148
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	
VI.1 Kesimpulan .....	154
VI.2 Saran .....	158
DAFTAR PUSTAKA .....	159
LAMPIRAN .....	163