

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis:	9
1.4.2 Manfaat Teoritis:	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori dan Penelitian	11
2.1.1 Business Model Canvas	11
2.1.2 Customer Segment	12
2.1.3 Value Propositions	13
2.1.4 Channels	14

2.1.5 Customer Relationship	15
2.1.6 Revenue Streams Revenue Streams	16
2.1.7 Key Resources	17
2.1.8 Key Activities	18
2.1.9 Key Partnerships	18
2.1.10 Cost Structure	19
2.1.11 Pivot Strategy.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Obyek Penelitian	42
3.3 Operasional Variabel.....	42
3.4 Tahapan Penelitian	48
3.5 Populasi dan Sampel	51
3.5.1 Situasi Sosial.....	51
3.5.2 Responden.....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data	53
3.7 Teknik Keabsahan Data	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.2 Analisis Bisnis Model Canvas (BMC) Eksisting	60
4.3 Analisis <i>PIVOT</i>	83

4.4 Rekonfigurasi <i>New Business Model Canvas (BMC)</i> Koperasi Giat Telkom University Berdasarkan Hasil <i>PIVOT</i>	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Praktis	95
5.2.2 Saran Akademis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN VERBATIM.....	99