

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I. 2 Rumusan Masalah	6
I. 3 Tujuan Tugas Akhir	6
I. 4 Manfaat Tugas Akhir	7
I. 5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
II.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	9

II.2 Wirausaha	9
II.3 Analisis SWOT	9
II.4 Business Model	12
II.5 Business Model Canvas.....	12
II.6 Customer Profile.....	15
<i>II.6.1 Customer Gains</i>	<i>15</i>
<i>II.6.2 Customer Pains.....</i>	<i>15</i>
<i>II.6.3 Customer Jobs.....</i>	<i>16</i>
II.7 Value Maps	16
<i>II.7.1 Products & Service</i>	<i>16</i>
<i>II.7.2 Gains Creators</i>	<i>16</i>
<i>II.7.3 Pain Relievers</i>	<i>16</i>
II.8 Business Model Environment.....	17
II.9 Pemilihan Teori/ Model/ Kerangka Standar Perancangan	18
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	21
III. 1 Sistematikan Perancangan.....	21
<i>III.1.1 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data</i>	<i>22</i>
<i>III.1.2 Tahap Analisis Perancangan Model Bisnis.....</i>	<i>24</i>
<i>III.1.3 Tahap Verifikasi.....</i>	<i>25</i>
<i>III.1.4 Tahap Validasi Hasil Rancangan</i>	<i>25</i>
<i>III.1.5 Tahap Akhir</i>	<i>25</i>

III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	26
BAB IV PERACANGAN SISTEM TERINTEGRASI	27
IV.1 Profil Perusahaan	27
IV.2 Model Eksisting Bisnis Umima	27
<i>IV.2.1 Customer Segment</i>	28
<i>IV.2.2 Value Proposition</i>	28
<i>IV.2.3 Channels</i>	29
<i>IV.2.4 Customer Relationship</i>	29
<i>IV.2.5 Revenue Streams</i>	29
<i>IV.2.6 Key Resources</i>	29
<i>IV.2.7 Key Activities</i>	30
<i>IV.2.8 Key Partnership</i>	30
<i>IV.2.9 Cost Structure</i>	30
IV.3 Data Customer Profile Jasa Cuci Sepatu Umima	31
<i>IV.3.1 Customer Jobs</i>	32
<i>IV.3.2 Customer Pains</i>	32
<i>IV.3.3 Customer Gains</i>	33
IV.4 Data Lingkungan Model Bisnis	34
<i>IV.4.1 Market Force</i>	34
<i>IV.3.2 Industry Force</i>	35
<i>IV.3.3 Key Trends</i>	35

<i>IV.3.5 Macro Economic Force</i>	36
IV.5 Spesifikasi rancangan dan standar Perancangan	37
<i>IV.5.1 Spesifikasi Rancangan</i>	37
<i>IV.5.2 Standar Perancangan</i>	38
IV.6 Pengolahan Data SWOT Jasa Cuci Sepatu Umima	39
IV.7 Konfirmasi dan Analisis SWOT	40
IV.8 Perhitungan bobot dan skor	42
<i>IV.8.1 Value Proposition</i>	42
<i>IV.8.2 Cost and Revenue</i>	44
<i>IV.8.3 Infrastructure</i>	46
<i>IV.8.4 Customer Interface</i>	47
IV.9 Analisis SWOT	49
<i>IV.9.1 Value Proposition</i>	49
<i>IV.9.2 Cost and Revenue</i>	50
<i>IV.9.3 Infrastructure</i>	52
<i>IV.9.4 Customer Interface</i>	53
IV.10 Usulan <i>Business Model Canvas</i> Umima	55
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	56
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	56
V.2 Validasi Hasil Rancangan	57
V.3 Analisis dan Evaluasi Hasil Rancangan	60

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	62
VI.1 Kesimpulan	62
VI.2 Saran dan Rekomendasi	64
DAFTAR PUSTAKA	65