

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Business Model	9
2.2 Business Model Canvas	9
2.3 SWOT	17
2.5 Penelitian Terdahulu	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Model Konseptual.....	21
3.2 Sistematika Penelitian.....	23
3.2.1 Tahap Pendahuluan.....	24
3.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	25
3.2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data.....	25
3.2.2.2 Pengumpulan Data.....	27
3.2.3 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis.....	27
BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	29
4.1 Data Internal Radio Zora.....	29
4.2 Data Model Bisnis Saat Ini Radio Zora	30
4.2.1 Pendengar/Pelanggan Zora Radio.....	32
4.2.2 Nilai-nilai yang Ditawarkan Zora Radio	32
4.2.3 Cara Zora Radio Memperkenalkan Nilai-nilai yang Ditawarkan	33
4.2.4 Cara Zora Radio Mempertahankan Loyalitas Para Pelanggan	35
4.2.5 Sumber Pendapatan Zora Radio	36

4.2.6	Sumber Daya yang Dimiliki Zora Radio.....	37
4.2.7	Kegiatan Penting yang Dilakukan Zora Radio	38
4.2.8	Mitra Bisnis Zora Radio.....	39
4.2.9	Biaya-biaya yang Dikeluarkan oleh Zora Radio.....	40
4.2.10	Model Bisnis Eksisting Radio Zora	41
4.3	Customer Profile.....	41
4.3.1	Profil Pendengar	41
4.3.1.1	Customer Jobs.....	42
4.3.1.2	Data Pains Pendengar Radio Zora	43
4.3.1.3	Data Gains Pendengar Radio Zora.....	44
4.3.2	Profil Pengiklan	45
4.3.2.1	Customer Jobs.....	46
4.3.2.2	Data Pains Pengiklan Radio Zora	46
4.3.2.3	Data Gains Pengiklan Radio Zora.....	46
4.4	Data Lingkungan Bisnis Radio Zora.....	48
4.4.1	<i>Market Forces</i>	48
4.4.2	<i>Industry Forces</i>	50
4.4.3	<i>Key Trends</i>	52
4.4.4	<i>Macro Economic Forces</i>	53
4.4.5	<i>Business Model Environment</i>	54
4.5	Tabel SWOT	58
4.6	Pengolahan Data SWOT Radio Zora	61
BAB V ANALISIS DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS.....		66
5.1	Analisis SWOT.....	66
5.1.1	<i>Value Propositions</i>	66
5.1.2	<i>Cost and Revenue</i>	68
5.1.3	<i>Infrastructure</i>	70
5.1.4	Customer Interface.....	72
5.2	<i>Value Proposition Canvas</i>	73
5.2.1	<i>Value Proposition Canvas</i> Segmen Pelanggan Pendengar.....	74
5.2.2	<i>Value Proposition Canvas</i> Segmen Pelanggan Pengiklan	76
5.3	<i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Propositions</i>	77
5.3.1	<i>Fit Customer Profile</i> untuk segmen pelanggan pendengar	77

5.3.2	Fit <i>Customer Profile</i> untuk segmen pelanggan pendengar.....	79
5.4	<i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	81
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		83
6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN 1		91
LAMPIRAN 2		97
LAMPIRAN 3		103