

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	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	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan masalah	9
1.7 Sistematika Penelitian	9
BAB II.....	11
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Manajemen Strategi.....	11

2.1.2 Bisnis Mikro	12
2.1.3 <i>Market penetration</i>	14
2.1.4 Business Model Canvas	15
2.1.5 Penelitian Terdahulu	18
2.2. Kerangka Pemikiran	24
BAB III	27
3.1 Karakteristik Penelitian	27
3.2 Variabel Operasional	30
3.3 Tahapan Penelitian	32
3.4 Situasi Sosial	33
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1 Pengumpulan Data	34
3.5.2 Sumber Data.....	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.7 Teknik Analisis Data	37
BAB IV	39
4.1 Karakteristik Responden	39
4.1.1 Karakteristik dan Proses Wawancara Narasumber	39
4.1.2 Hasil Jawaban dan Kesimpulan Dari Narasumber Objek	42
4.2 Hasil Penelitian	48
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	50
4.3.1 Costumers Segmentation (Segmented)	50
4.3.2 Value Proposition (Customized)	52

4.3.3 Customer Relationship (Community)	54
4.3.4 Channels (Partners)	56
4.3.5 Revenue Stream (Assets Selling)	57
4.3.6 Key Resources (Physically, Humans)	58
4.3.7 Key Activities (Productions, Problem Solving).....	59
4.3.8 Key Partner (Alliance)	61
4.3.9 Costs Structure (Terpacu Nilai).....	63
4.4 Validasi Penelitian.....	64
4.4.1 Tabel Validasi	64
4.4.2 Pembahasan Validasi Penelitian.....	67
BAB V.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82
LAMPIRAN 1	82
LAMPIRAN 2	87
LAMPIRAN 3	92
LAMPIRAN 4	96
LAMPIRAN 5	99
LAMPIRAN 6	123