

Daftar Isi

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Alternatif Solusi.....	9
I.3 Rumusan Masalah	11
I.4 Tujuan Penelitian.....	12
I.6 Sistematika Penelitian	12
Bab I Pendahuluan	12
Bab II Tinjauan Pustaka.....	12
Bab III Metodologi Penelitian	13
Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi	13
Bab V Validasi dan Evaluasi	13
Bab VI Kesimpulan dan Saran.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
II.1 Dasar Teori	14
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
II.1.2 Akuntansi Biaya.....	16
II. 2 Kerangka Model Bisnis.....	17
II.2.1 Value Proposition Canvas.....	18
II.2.2 Business Model Environment	19
II.2.3 Business Model Canvas	22

II.2.4 <i>Lean Canvas</i>	24
II.2.5 Tabel Perbandingan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
III.1 Sistematika Penelitian	28
III.1.1 Tahap Identifikasi	29
III.1.2 Tahap Pengumpulan Data.....	30
III.1.3 Tahap Pengolahan Data	31
III.1.4 Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis	32
III.1.5 Tahap Verifikasi dan Validasi	32
III.1.6 Tahap Akhir	33
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	33
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	34
IV.1 Deskripsi Data	34
IV.1.1 Pengumpulan Data Internal	34
IV.1.1.1 <i>Customer Segment</i>	36
IV.1.1.2 <i>Value Proposition</i>	37
IV.1.1.3 <i>Channel</i>	38
IV.1.1.4 <i>Customer Relationship</i>	39
IV.1.1.5 <i>Revenue Stream</i>	40
IV.1.1.6 <i>Key Activities</i>	40
IV.1.1.7 <i>Key Resources</i>	41
IV.1.1.8 <i>Key Partnership</i>	42
IV.1.1.9 <i>Cost Structure</i>	42
IV.1.2 Data Profil Konsumen	47
IV.1.2.1 <i>Customer Jobs</i>	48
IV.1.2.2 <i>Customer Pains</i>	49
IV.1.2.3 <i>Customer Gains</i>	50
IV.1.3 Data Lingkungan Bisnis PT. Rimbun Nan Hijau	52
IV.1.3.1 <i>Market Force</i>	53
IV.1.3.2 <i>Industry Force</i>	55
IV.1.3.4 <i>Macroeconomic Forces</i>	60

IV.2 Spesifikasi Perancangan dan Standar Perancangan Model Bisnis PT. Rimbun Nan Hijau	66
IV.3 Proses Perancangan	78
IV.3.1 Analisis SWOT <i>Customer Interface</i> Perusahaan	78
IV.3.2 Analisis SWOT <i>Value Proposition</i> Perusahaan	83
IV.3.3 Analisis SWOT <i>Revenue and Cost</i> Perusahaan	86
IV.3.4 Analisis SWOT <i>Infrastructure</i> Perusahaan.....	88
IV.4 Hasil Rancangan	92
IV.4.1 Perhitungan Bobot, Skor, Matriks SWOT, dan Usulan	92
IV.4.2 <i>Value Proposition Canvas</i>.....	112
IV.4.3 <i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Proposition</i>	115
IV.4.4 Perancangan <i>Business Model Canvas</i> Usulan	111
IV.4.5 Analisis Hasil Rancangan Bisnis Model Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	113
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	124
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	125
V.1 Validasi Hasil Rancangan	125
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	129
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	132
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
VI.1 Kesimpulan	133
VI. 2 Saran	135
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN.....	138