

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Solusi.....	3
I.3 Perumusan Masalah	6
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	6
I.5 Manfaat Tugas Akhir	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
II.1 Literatur	8
II.2 Model Bisnis.....	8
II.3 Business Model Canvas.....	8
II.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	10
II.5 <i>Business Model Environment</i>	11
II.6 SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)	14
II.7 Sistem Manajemen Organisasi Industri (SMOI).....	15

II.8 Job Description.....	16
II.9 Pelatihan	16
II.10 Manajemen Pemasaran.....	16
II.11 Komunikasi Pemasaran	17
II.12 Pemilihan Kerangka Perancangan.....	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	19
III.1 Sistematika Perancangan.....	19
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	21
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	22
IV.1 Deskripsi Data.....	22
IV.1.1 Profil Perusahaan	22
IV.1.2 Produk Perusahaan.....	23
IV.1.3 Data Model Bisnis Eksisting Perusahaan	25
IV.1.3.1 <i>Customer Segmentation</i> Perusahaan	26
IV.1.3.2 <i>Value Proposition</i> Perusahaan	27
IV.1.3.3 <i>Channels</i> Perusahaan	28
IV.1.3.4 <i>Customer Relationship</i> Perusahaan.....	28
IV.1.3.5 <i>Revenue Stream</i> Perusahaan	29
IV.1.3.6 <i>Key Resources</i> Perusahaan.....	29
IV.1.3.7 <i>Key Activities</i> Perusahaan	31
IV.1.3.8 <i>Key Partners</i> Perusahaan	32
IV.1.3.9 <i>Cost Structure</i> Perusahaan	33
IV.1.3.10 Business Model Canvas Eksisting	33
IV.1.4 <i>Customer Profile</i>	35
IV.1.4.1 <i>Customer Jobs</i>	37
IV.1.4.2 <i>Customer Pains</i>	38

IV.1.4.3 <i>Customer Gains</i>	39
IV.1.4.4 <i>Customer Profiling</i>	40
IV.1.5 Lingkungan Bisnis	41
IV.1.5.1 <i>Market Forces</i>	42
IV.1.5.2 <i>Industry Forces</i>	45
IV.1.5.3 <i>Key Trends</i>	47
IV.1.5.4 <i>Macro-Economic Forces</i>	50
IV.1.5.5 Identifikasi <i>Opportunities</i> dan <i>Threats</i>	52
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	57
IV.3 Proses Perancangan.....	58
IV.3.1 Analisis SWOT dan Perumusan Strategi	58
IV.3.1.1 Analisis SWOT Bidang <i>Value Proposition</i>	58
IV.3.1.2 Analisis SWOT Bidang <i>Cost/Revenue</i>	60
IV.3.1.3 Analisis SWOT Bidang <i>Infrastructure</i>	61
IV.3.1.4 Analisis SWOT Bidang <i>Customer Interface</i>	62
IV.3.2 Perhitungan Skor, Matriks SWOT, dan Strategi Usulan	63
IV.3.2.1 <i>Value Proposition</i>	63
IV.3.2.2 <i>Cost/Revenue</i>	69
IV.3.2.3 <i>Infrastructure</i>	73
IV.3.2.4 <i>Customer Interface</i>	78
IV.3.3 Perancangan <i>Value Propositions Canvas</i>	84
IV.3.3.1 <i>Pain Relievers</i>	84
IV.3.3.2 <i>Gain Creators</i>	85
IV.3.3.3 <i>Product and Services</i>	85
IV.3.4 <i>Fit Customer Profile</i> dengan <i>Value Map</i>	87
IV.4 Hasil Rancangan	87

IV.4.1 Analisis Hasil <i>Business Model Canvas</i> Usulan	89
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	97
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	100
V.1 Validasi Hasil Rancangan	100
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	104
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	106
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	108
VI.1 Kesimpulan	108
VI.2 Saran dan Rekomendasi	111
DAFTAR PUSTAKA	112