

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Siliwangi <i>Car Wash</i>	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Produk	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Kepenulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori.....	11
2.1.1 UMKM.....	11
2.1.2 Manajemen Strategi	12
2.1.3 Kapabilitas Dinamis	15
2.1.4 Analisis SWOT	17
2.1.5 Analisis PESTEL	20
2.1.6 <i>Porter's Five Forces Model</i>	21
2.1.7 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	23

2.2	Peneliti Terdahulu.....	30
2.3	Kerangka Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	40
3.3	Variabel penelitian	40
3.4	Tahapan Penelitian.....	49
3.5	Situasi Sosial dan Narasumber	50
3.5.1	Situasi Sosial	50
3.5.2	Narasumber	51
3.6	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.7	Uji Keabsahan	53
3.8	Teknis Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Karakteristik Narasumber.....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Uji Triangulasi Data	58
4.2.2	<i>Business Model Canvas</i> Saat Ini	82
4.2.3	Kondisi <i>Porter's 5 Force Model</i> Siliwangi Car Wash saat ini	85
4.2.4	Kondisi PESTEL Siliwangi <i>Car Wash</i> saat ini	89
4.2.5	Analisis SWOT terhadap <i>Business Model Canvas</i> Siliwangi <i>Car Wash</i>	92
4.2.6	Strategi Peningkatan.....	105
4.2.7	<i>Business Model Canvas</i> Baru.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		126
5.1	Kesimpulan.....	126
5.2	Saran	126
5.2.1	Saran Teoritis.....	126
5.2.2	Saran Praktis	127
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN.....		133