

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
<i>ABSTRACT</i>	3
LEMBAR PENGESAHAN	4
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
DAFTAR ISTILAH	15
BAB I PENDAHULUAN.....	16
I.1 Latar Belakang	16
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Tugas Akhir	10
I.4 Manfaat Tugas Akhir	10
I.5 Sistematika Tugas Akhir	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
II.1 Dasar Teori.....	12
II.1.1 Pengertian Model Bisnis	12
II.1.2 <i>Business Model Environment</i>	12
II.1.3 <i>Business Model Canvas</i>	13
II.1.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	18
II.1.5 <i>Lean Canvas</i>	20
II.1.6 Analisis SWOT	22
II.3 Pemilihan Teori/Model/Kerangka Standar Perancangan.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
III.1 Sistematika Perancangan.....	29
III.1.1 Tahap Pengolahan dan Pengumpulan Data.....	31
III.1.2 Tahapan Perancangan Model Bisnis	33
III.1.3 Tahap Verifikasi dan Tahap Validasi.....	34

III.1.4	Tahap Akhir	34
III.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi	35
III.3	Batasan dan Asumsi Penelitian	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		37
IV.1	Deskripsi Data.....	37
IV.1.1	Profil Perusahaan	37
IV.1.2	Produk Perusahaan.....	37
IV.1.3	Jasa yang Ditawarkan oleh Perusahaan	39
IV.1.4	Data Model Bisnis Perusahaan Saat ini	41
IV.1.4.1	<i>Customer Segment</i>	42
IV.1.4.2	<i>Value Proposition</i>	43
IV.1.4.3	<i>Channels</i>	44
IV.1.4.4	<i>Customer Relationship</i>	50
IV.1.4.5	<i>Revenue Stream</i>	50
IV.1.4.6	<i>Key Activities</i>	51
IV.1.4.7	<i>Key Resources</i>	54
IV.1.4.8	<i>Key Partnership</i>	56
IV.1.4.9	<i>Cost Structure</i>	56
IV.1.5	Data <i>Customer Profile</i> Klinik Kecantikan XYZ.....	59
IV.1.5.1	<i>Customer Jobs</i>	59
IV.1.5.2	<i>Customer Pains</i>	61
IV.1.5.3	<i>Customer Gains</i>	62
IV.1.6	Data Lingkungan Bisnis Klinik Kecantikan XYZ Bandung	64
IV.1.6.1	<i>Market Forces</i>	64
IV.1.6.2	<i>Industry Forces</i>	67
IV.1.6.3	<i>Key Trends</i>	72
IV.1.6.3	<i>Macro-economic Forces</i>	78
IV.1.7	Kondisi Lingkungan Bisnis Klinik Kecantikan XYZ Bandung	79
IV.1.8	Analisis dan Perancangan	82
IV.1.8.1	Penilaian Business Model Canvas Saat Ini.....	82
IV.1.8.2	Analisis SWOT <i>Business Model Canvas</i> Eksisting Secara <i>Big Picture</i>	88

IV.1.8.3 Perhitungan Matriks TOWS, Skor, dan Usulan Strategi	91
IV.1.9 Perancangan Blok <i>Customer Segment</i>	96
IV.1.10 Perancangan <i>Value Proposition Canvas</i>	97
IV.1.10.1 Pemetaan <i>Customer Profile</i> Usulan untuk Target Pasar Usulan ..	98
IV.1.10.2 Perancangan <i>Value Map</i> Target Pasar Usulan.....	100
IV.1.10.2.1 <i>Pain Relievers</i>	100
IV.1.10.2.2 <i>Gain Creators</i>	100
IV.1.10.2.3 <i>Product and Services</i>	102
IV.1.10.3 Perancangan <i>Value Map</i> Pelanggan Saat Ini	103
IV.1.10.3.1 <i>Pain Relievers</i>	103
IV.1.10.3.2 <i>Gain Creators</i>	104
IV.1.10.3.3 <i>Product and Services</i>	105
IV.1.10.4 <i>Fit Value Map</i> dengan <i>Customer Profile</i>	107
IV.1.11 Perancangan Blok <i>Key Resources</i>	109
IV.1.11 Hasil Rancangan Business Model Canvas Usulan.....	113
IV.1.11 Analisis Perbandingan Model Bisnis Eksisting dengan Model Bisnis Usulan	115
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI SERTA EVALUASI HASIL RANCANGAN	124
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan.....	124
V.2 Simulasi Keuangan.....	125
V.3 Validasi	127
V.4 Rencana Implementasi Rancangan.....	130
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	134
VI.1 Kesimpulan	134
VI.2 Saran	138
LAMPIRAN.....	139
DAFTAR PUSTAKA	154