

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Manajemen Strategi	14
2.1.2 Model Bisnis.....	14

2.1.3 Transformasi Digital	15
2.1.4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	18
2.1.5 <i>Value Proposition Canvas</i>	22
2.1.6 Analisis Lingkungan Bisnis.....	23
2.1.7 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel	39
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Situasi Sosial dan Informan	50
3.4.1 Situasi Sosial.....	50
3.4.2 Informan	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.5.1 Pengumpulan Data	51
3.5.2 Sumber Data	52
3.6 Uji Keabsahan Data	53
3.7 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Karakteristik Responden	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Uji Triangulasi Data.....	59
4.2.2 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> Eksisting pada Mr. Mangkok	72
4.2.3 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> Eksisting pada Mami Palolo.....	78
4.2.4 <i>Value Proposition Canvas</i>	83
4.2.5 Analisis Lingkungan Bisnis.....	89

4.2.6 <i>Business Model Canvas</i> usulan Mr. Mangkok	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Bagi Mr. Mangkok	113
5.2.2 Saran Bagi Pesaing.....	113
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN I DRAFT HASIL WAWANCARA	120
LAMPIRAN II DOKUMENTASI WAWANCARA	132