

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN IDENTITAS PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1. Marx, Thomas G. (2015)	11
2.1.2. Hristov, Latchezar., & Reynolds, Jonathan (2015)	11
2.1.3. Sort, Jesper C., & Nielsen, Christian (2018)	12
2.1.4. Eskandari, Meysam Jafari., <i>et al.</i> (2015).....	13
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. <i>Business Model Canvas</i>	14
2.2.1.1. <i>Customer Segments</i>	14
2.2.1.2. <i>Value Propositions</i>	16
2.2.1.3. <i>Channels</i>	17
2.2.1.4. <i>Customer Relationships</i>	18
2.2.1.5. <i>Revenue Streams</i>	18
2.2.1.6. <i>Key Resources</i>	19

2.2.1.7. <i>Key Activities</i>	20
2.2.1.8. <i>Key Partnership</i>	20
2.2.1.9. <i>Cost Structure</i>	21
2.2.2. <i>Red Ocean Strategy vs Blue Ocean Strategy</i>	21
2.2.2.1. Strategi Samudra Merah (<i>Red Ocean Strategy</i>)	21
2.2.2.2. Strategi Samudra Biru (<i>Blue Ocean Strategy</i>).....	22
2.2.2.3. Kerangka Kerja Empat Langkah.....	25
2.2.2.4. Perpaduan <i>Business Model Canvas</i> dan <i>Blue Ocean Strategy</i>	26
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN	27
3.1. Kerangka Konseptual	27
BAB IV METODE PENELITIAN.....	30
4.1. Jenis Penelitian	30
4.2. Informan Penelitian.....	30
4.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
4.4. Subjek dan Objek Penelitian	31
4.5. Sumber Data	31
4.6. Metode Pengumpulan Data.....	32
4.7. Validitas dan Reliabilitas.....	34
4.8. Metode Analisis Data.....	35
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
5.1. Profil Perusahaan dan Informan.....	41
5.2. Analisis dan Pembahasan <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	42
5.2.1. <i>Customer Segments</i>	42
5.2.2. <i>Value Propositions</i>	43
5.2.3. <i>Channels</i>	44
5.2.4. <i>Customer Relationships</i>	45
5.2.5. <i>Revenue Streams</i>	46
5.2.6. <i>Key Resources</i>	47
5.2.7. <i>Key Activities</i>	48
5.2.8. <i>Key Partnerships</i>	49
5.2.9. <i>Cost Structure</i>	50
5.3. Analisis <i>Benchmark</i> Kompetitor.....	53
5.4. Analisis dan Pembahasan Strategi Kanvas.....	54
5.5. Analisis dan Pembahasan Kerangka Kerja Empat Langkah	62

5.5.1. Faktor yang Harus Dihapuskan.....	62
5.5.2. Faktor yang Harus Dikurangi	64
5.5.3. Faktor yang Harus Ditingkatkan.....	64
5.5.4. Faktor yang Harus Diciptakan.....	66
5.6. Analisis dan Pembahasan Perpaduan <i>Business Model Canvas</i> dan <i>Blue Ocean Strategy</i>	68
5.7. Implikasi Manajerial.....	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	75
6.1. Kesimpulan.....	75
6.2. Keterbatasan Penelitian	76
6.3. Saran	77
6.3.1. Saran Bagi Perusahaan	77
6.3.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79

