

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1. <i>Business Model</i>	10
2.1.1 <i>Business Model Canvas</i>	25
2.1.1.1 <i>customer segment</i>	30
2.1.1.2 <i>Value Proposition</i>	33
2.1.1.3 <i>Channel</i>	38
2.1.1.4 <i>Customer Relationships</i>	41

2.1.1.5 Revenue Streams.....	44
2.1.1.6 Key Resources.....	47
2.1.1.7 Key Activities.....	49
2.1.1.8 Key Partnerships.....	56
2.1.1.9 Cost Structure.....	59
2.1.2 Studi Kelayakan Bisnis.....	62
2.1.2.1 Aspek Pasar (<i>Industry/Target Market Feasibility</i>).....	66
2.1.2.2 Aspek Produk/Jasa (<i>Product/Service Feasibility</i>).....	68
2.1.2.3 Aspek Manajemen dan Kepemilikan (<i>Organizational Feasibility</i>).....	70
2.1.2.4 Aspek Keuangan (<i>Financial Feasibility</i>).....	72
2.2. Review Penelitian yang Relevan	78
2.3. Kerangka Analisis.....	83
BAB III METODE PENELITIAN.....	85
3.1. Pendekatan Penelitian.....	85
3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Analisa Data.....	86
3.2.1 Wawancara.....	86
3.2.2 Observasi.....	87
3.3. Validitasi dan Reabilitas Data.....	88
3.3.1 Triangulasi Sumber Data.....	89
3.3.2 Triangulasi Teori.....	89

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1 Deskripsi Unit Analisis/Observasi.....	91
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	96
4.2.1 Aspek Pasar (<i>Industry/Target Market Feasibility</i>).....	117
4.2.2 Aspek Produk dan Jasa(<i>Product/Service Feasibility</i>).....	117
4.2.3 Aspek Manajemen dan Kepemilikan Kepemilikan (<i>Organizational Feasibility</i>)	120
4.2.4 Aspek Keuangan (<i>Financial Feasibility</i>).....	123
4.3 Pertimbangan Kelayakan Bisnis.....	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	146
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran.....	147

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	81
Tabel 4.1 BMC <i>Interview</i>	98
Tabel 4.2 Matrix BMC offline.....	112
Tabel 4.3 Matrix BMC Online.....	114
Tabel 4.4 Look Pakaian Muslim.....	119
Tabel 4.5 Estimasi Rincian Modal Awal.....	125
Tabel 4.6 Estimasi Rincian Penjahit.....	127
Tabel 4.7 Estimasi Harga Jual Pakaian Muslim Batik Wanita.....	128
Tabel 4.8 Estimasi Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)	129
Tabel 4.9 Gross Profit Margin.....	130
Tabel 4.10 Net Profit Margin.....	130
Tabel 4.11 Return of Investment (ROI).....	130
Tabel 4.12 <i>Net Present Value</i>	131
Tabel 4.13 <i>Profitability Index</i>	131
Tabel 4.14 <i>Internal Rate of Return</i>	132
Table 4.15 <i>Payback Period</i>	132
Table 4.16 Kesimpulan Aspek Keuangan.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Forces Driving Industry Competition</i>	14
Gambar 2.2 Model Bisnis 4 Kotak	21
Gambar 2.3 <i>Business Model Canvas</i>	26
Gambar 2.4 Kerangka Model Bisnis berbasis <i>Platform/Network</i>	56
Gambar 2.5 Tahapan dalam Studi Kelayakan Bisnis.....	66
Gambar 2.6 Hubungan suatu produk dengan legalitas.....	72
Gambar 2.7 kerangka analisis.....	83
Gambar 4.1 Target Ekspor Busana Muslim Indonesia.....	93
Gambar 4.2 <i>Global Islamic Report 2016/2017</i>	94
Gambar 4.3 <i>Porter's Five Forces</i> Pakaian Muslim.....	96
Gambar 4.4 <i>Business Model Canvas</i> Pakaian Muslim Batik Wanita.....	116
Gambar 4.5 Struktur Organisasi.....	123