

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kesenjangan Fenomena.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Strategi Pengembangan Usaha.....	8
2.2.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	9
2.3 Metodologi	12
2.4 Karangka Penelitian	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian	14
3.2 Lokasi Penelitian	14
3.3 Unit Analisis	14
3.4 Jenis Data	15
3.5 Sumber Data	15
3.6 Teknik Pengumpulan Data	15
3.7 Teknik Analisis Data.....	16

3.8	Uji Keabsahan Data	17
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		19
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	19
4.2	Hasil Penelitian.....	20
4.2.1	<i>Business Model Canvas</i> UD. Jayanti	20
4.2.2	<i>Analisis Customer Segment</i>	22
4.2.3	<i>Analisis Customer Relationship</i>	24
4.2.4	<i>Analisis Key Partner</i>	27
4.3	Pembahasan	31
4.3.1	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Customer Segment</i>	31
4.3.2	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Customer Relationship</i>	33
4.3.3	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Key Partner</i>	34
4.3.4	Pengembangan <i>Business Model Canvas</i> UD. Jayanti	36
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		40
5.1	Simpulan.....	40
5.2	Rekomendasi	41
DAFTAR PUSTAKA.....		42
LAMPIRAN.....		44

