

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | i    |
| <b>SERTIFIKASI</b> .....                              | ii   |
| <b>PENGESAHAN TESIS</b> .....                         | iii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                 | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                           | vi   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | viii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | xii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | xiii |
| <br>  |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                        | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                     | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                            | 7    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                          | 8    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                         | 8    |
| 1.5. Sistematika Penulisan .....                      | 9    |
| <br>  |      |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> ..... | 11   |
| 2.1 Landasan Teori .....                              | 11   |
| 2.1.1. <i>Business Model Generation</i> .....         | 12   |
| 2.1.2. <i>Business Model Canvas</i> .....             | 14   |
| 2.1.3. <i>Alur Proses Bisnis</i> .....                | 20   |
| 2.1.4. <i>Konsep Strategis</i> .....                  | 22   |
| 2.1.5. <i>Proses Perencanaan Strategis</i> .....      | 23   |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.2                                     | Penelitian Terdahulu .....   | 29        |
| 2.3                                     | Kerangka Berpikir .....  | 37        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  |  | <b>40</b> |
| 3.1                                     | Desain dan Jenis Penelitian .....  | 40        |
|   | 3.1.1 Pendekatan Studi Kasus.....  | 40        |
| 3.2                                     | Jenis dan Sumber Data Studi Kasus .....                                    | 43        |
| 3.3                                     | Objek dan Subjek Penelitian.....   | 45        |
| 3.4                                     | Partisipasi Penelitian.....  | 45        |
| 3.5                                     | Teknik Pengumpulan Data .....  | 45        |
|   | 3.5.1 Wawancara.....   | 46        |
|   | 3.5.1 Observasi.....   | 46        |
|   | 3.5.2 Studi Dokumentasi.....   | 46        |
| 3.6                                     | Teknik Pengolahan Data .....   | 47        |
|   | 3.6.1 Reduksi Data .....   | 47        |
|   | 3.6.2 Penyajian Data .....   | 48        |
|   | 3.6.3 Menarik Kesimpulan dan Verifikasi .....                              | 49        |
| 3.7                                     | Teknis Analisis Data .....   | 49        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMAHASAN .....</b> |  | <b>51</b> |
| 4.1                                     | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                       | 51        |
|   | 4.1.1 Deskripsi Perusahaan sebagai Objek Penelitian .....                  | 51        |
|   | 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....  | 55        |
|   | 4.1.3 Profil dan Data Narasumber.....                                      | 55        |
|   | 4.1.4 Letak Geografis Objek Penelitian .....                               | 59        |
| 4.2                                     | Persepsi <i>Business Model Canvas</i> .....                                | 59        |
|   | 4.2.1 Identifikasi BMC menurut Manajeme CV Kelola Anugerah<br>Bahari ..... | 59        |
|   | 4.2.2 Identifikasi BMC menurut Karyawan CV Kelola Anugerah<br>Bahari ..... | 66        |
| 4.3                                     | Pembahasan .....   | 84        |

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 4.3.1   | Faktor Penyebab Kurangnya Pemahaman Karyawan akan Strategi BMC Perusahaan CV Kelola Anugerah Bahari..... | 84  |
| 4.3.2   | Analisis SWOT Hasil Inovasi BMC Perusahaan CV Kelola Anugerah Bahari .....                               | 89  |
| 4.4   | <i>Business Model Canvas</i> Baru .....  | 93  |
| 4.4.1   | <i>value proposition</i> .....   | 93  |
| 4.4.2   | <i>Customer segments</i> .....   | 93  |
| 4.4.3   | <i>Channels</i> .....  | 94  |
| 4.4.4   | <i>Customer relationship</i> .....   | 95  |
| 4.4.5   | <i>Key activities</i> .....  | 95  |
| 4.4.6   | <i>Key resources</i> .....   | 96  |
| 4.4.7   | <i>Key partnership</i> .....   | 96  |
| 4.4.8   | <i>Cost structures</i> .....   | 97  |
| 4.4.9   | <i>Revenue stream</i> .....  | 97  |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN</b> ..... |  | 100 |
| 5.1   | Simpulan .....   | 111 |
| 5.2   | Implikasi Manajerial .....   | 102 |
| 5.3   | Keterbatasan Penelitian .....  | 103 |
| 5.4   | Agenda Penelitian Mendatang .....  | 103 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                           |  | 104 |