

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Business Model Generation</i>	9
2.1.2 <i>Business Model Canvas</i>	10
2.1.3 Alur Proses Bisnis	18
2.1.4 Konsep Strategis	21
2.1.5 Proses Perencanaan Strategis	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pemikiran Teoritis	40

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Pendekatan Penelitian.....	43
3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Jenis dan Sumber Data Studi Kasus	44
3.3.1 Batasan Masalah	44
3.3.2 Ruang Lingkup	44
3.4 Partisipan Penelitian	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Wawancara	45
3.5.2 Studi Dokumentasi	45
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	47
3.6.1 Reduksi Data.....	47
3.6.2 Penyajian Data.....	47
3.6.3 Kesimpulan dan Verifikasi	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Keباikan dan Kepercayaan	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Penelitian	50
4.1.1 Tentang Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi Perusahaan	51
4.1.3 Misi Perusahaan.....	51
4.1.4 Struktur Organisasi	52
4.1.5 Profil Data Narasumber	52
4.2 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> PT. Perdana Satria Trans (Perdana Rent Car)	53
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	53
4.2.2 <i>Value Prppositions</i>	56
4.2.3 <i>Channel</i>	57
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	58
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	58

4.2.6	<i>Key Resources</i>	59
4.2.7	<i>Key Activities</i>	59
4.2.8	<i>Key Parthership</i>	60
4.2.9	<i>Cost Structure</i>	61
4.3	Analisis SWOT <i>Business Model Canvas</i> PT. Perdana Satria	
	Trans (Perdana Rent Car)	63
4.3.1	<i>Customer Segment</i>	63
4.3.2	<i>Value Propositions</i>	64
4.3.3	<i>Channel</i>	66
4.3.4	<i>Customer Relationships</i>	67
4.3.5	<i>Revenue Streams</i>	71
4.3.6	<i>Key Resources</i>	73
4.3.7	<i>Key Activities</i>	74
4.3.8	<i>Key Parthership</i>	75
4.3.9	<i>Cost Structure</i>	76
4.4	Rekomendasi Strategi Bisnis Rental Mobil PT. Perdana Satria	
	Trans (Perdana Rent Car)	80
4.4.1	<i>Customer Segment</i>	80
4.4.2	<i>Value Prpositions</i>	81
4.4.3	<i>Channel</i>	82
4.4.4	<i>Customer Relationships</i>	83
4.4.5	<i>Revenue Streams</i>	83
4.4.6	<i>Key Resources</i>	84
4.4.7	<i>Key Activities</i>	85
4.4.8	<i>Key Parthership</i>	85
4.4.9	<i>Cost Structure</i>	85
BAB V	PENUTUP	88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Implikasi Manajerial.....	91
5.3	Keterbatasan Penelitian	92

5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96