

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Signifikansi dari Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Tempat Penelitian	8
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Alas Kaki.....	9
2.2 Analisis Industri	11
2.3 Perkembangan Industri Alas Kaki.....	12
2.4 Perencanaan Bisnis.....	13
2.5 Konsep Pemasaran	15
1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan.....	15
2. Penawaran Pasar – Produk, Pelayanan, dan Pengalaman	15

3.	Nilai Pelanggan dan Kepuasan.....	15
4.	Pertukaran dan Hubungan	15
5.	Pasar	16
2.6	<i>Value Proposition Design</i>	16
1.	<i>Customer (Segment) Profile</i>	16
2.	<i>Value Map</i>	17
2.7	<i>Business Model Canvas</i>	18
2.8	Analisis SWOT.....	19
2.9	Profil Perusahaan (Habit Slides)	20
A.	Visi dan Misi Perusahaan.....	20
B.	Gambaran Umum Perusahaan.....	20
C.	Sejarah	21
D.	Lokasi Perusahaan	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Penelitian Pendahuluan	23
3.2	Desain Penelitian.....	23
3.3	Populasi dan Sampel	23
3.4	Pengumpulan Data	24
3.4.1	Data	24
3.4.2	Instrumen	24
3.5	Analisis Data	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1.	Value Proposition Design.....	27
4.2.	<i>Business Model Canvas</i>	31
4.3.	Analisis SWOT.....	33
□	<i>Strenghts</i> (kekuatan).....	33

□ <i>Weakness</i> (kelemahan)	34
□ <i>Opportunities</i> (peluang)	35
□ <i>Threats</i> (ancaman)	35
BAB V STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS	37
5.1 Strategi Pengembangan Bisnis	37
5.1.1 Pemasaran Habit Slides.....	37
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	39
6.1. Kesimpulan.....	39
6.2. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	45

