

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep dan Definisi UMKM.....	11
2.2 Potensi UMKM.....	13
2.3 Permasalahan UMKM	15
2.4 Manajemen Strategi.....	16
2.5 Konsep Strategi	18
2.6 Model Bisnis.....	19
2.7 Business Model Canvas (BMC)	22
2.8 Analisis Swot.....	36
2.8.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal	40
2.8.2 Matrik Faktor Strategi Internal	42
2.9 Penelitian Terdahulu.....	44
2.10 Kerangka Pemikiran	46
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian	46
3.2 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.1 Sumber Data Primer	49
3.2.2 Sumber Data Sekunder.....	53

3.3	Teknik Analisis Data	53
3.4	Teknik Keabsahan Data	57
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	60
4.2	Model Bisnis Hamidah Scarf Bandung Dengan Pendekatan <i>Model Business Canvas</i>	66
4.2.1	Customer Segments (Segmen Pelanggan)	66
4.2.2	Value Proposition (Proporsi Nilai).....	67
4.2.3	Channels (Saluran).....	69
4.2.4	Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	71
4.2.5	<i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)	72
4.2.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama).....	73
4.2.7	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	75
4.2.8	<i>Key Partnerships</i> (Kemitraan Utama).....	76
4.2.9	Cost Structures (Struktur Biaya)	77
4.3	Analisis SWOT <i>Business Model Canvas</i> Pada UMKM Hamidah Scarf Bandung	74
4.3.1	Kondisi Lingkungan Internal dan External Hamidah Scarf Bandung	74
4.3.2	Analisis Matriks Internal dan Eksternal UMKM Hamidah Scarf Bandung	84
4.4	<i>Business Model Canvas</i> Yang Direkomendasikan Pada Hamidah Scarf Bandung	90
4.4.1	Customer Segments	90
4.4.2	Value Proposition (Proporsi Nilai).....	91
4.4.3	Channels (Saluran).....	92
4.4.4	Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	92
4.4.5	Revenue Streams.....	93
4.4.6	Key Resources.....	94
4.4.7	Key Activities.....	94
4.4.8	Key Partnerships	95
4.4.9	Cost Structure	95

BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.1.1 Gambaran Umum Usaha Hamidah Scarf Bandung.....	90
5.1.2 Model Bisnis Pada Hamidah Scarf Bandung Ditinjau Dari Pendekatan <i>Business Model Canvas</i>	90
5.1.3 Strategi Yang Dapat Diterapkan Melalui Analisis SWOT Hamidah Bandung.....	94
5.1.4 Model Bisnis Hamidah Scarf <i>Bandung</i> Setelah Ditambahkan Strategi Analisis SWOT Dan Dijelaskan Dalam <i>Business Model Canvas</i>	95
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	107