

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Pernyataan Kerahasiaan	iv
Kata Pengantar	v
Executive Summary	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penulisan	6
1.4. Ruang Lingkup Penulisan dan Batasan Penulisan	6
1.5. Obyek Penulisan	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	9
2.1. Model Bisnis	9
2.2. Kanvas Model Bisnis	10

2.3	<i>Customer Segment</i>	11
2.3.1	<i>Mass Market</i>	12
2.3.2	<i>Niche Market</i>	13
2.3.3	Segmentasi	13
2.3.3.1	Segmentasi Geografi	13
2.3.3.2	Segmentasi Demografi	14
2.3.3.3	Segmentasi Psikografi	17
2.4	<i>Value Proposition</i>	19
2.5	<i>Channel</i>	24
2.6	<i>Customer Relationships</i>	26
2.7	Revenue Stream	30
2.7.1	Arus Pendapatan (Model Kanvas)	30
2.7.1.1	Penjualan Aset	30
2.7.1.2	Biaya Pemakaian	31
2.7.1.3	Biaya Berlangganan	31
2.7.1.4	Peminjaman / Penyewaan / Leasing	31
2.7.1.5	Licensing / Hak paten / lisensi	32
2.7.1.6	Brokerage fees / komisi	32
2.7.1.7	<i>Advertising</i> / Iklan	32
2.7.2	Profit Formula	33
2.8	Key Resources	34
2.9	Key Activities	36
2.10	Key Partnerships	38

2.11 Cost Structure	40
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Kerangka Analisis	42
3.3 Data atau informasi yang dibutuhkan	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
BAB 4 PROFIL DAN MODEL BISNIS PT KARSA AGUNG REALTINDO	47
4.1 Profil Perusahaan	47
4.1.1 Tumbuh Menjadi Aset Nasional	47
4.1.2 Rancangan Hunian yang berwawasan lingkungan, hangat Dan harmoni	47
4.1.3 Pengalaman sebagai Pijakan Usaha	48
4.1.4 Dikelola Secara Profesional	49
4.1.5 PT. Karsa Agung Realtindo saat ini	50
4.2 Model Bisnis PT Karsa Agung Realtindo	51
4.2.1 Segmentasi Pelanggan / Customer Segment	51
4.2.2 Nilai Proposisi / Value proposition	53
4.2.3 Saluran / Channel	54
4.2.4 Hubungan Pelanggan / Customer relationships	59
4.2.5 Struktur Biaya / Cost Structure	60
4.2.6 Arus Pendapatan / Revenue Stream	67

4.2.7 Sumber Daya Utama / Key Resources	70
4.2.8 Aktifitas Utama / Key Activities	75
4.2.9 Mitra utama / Key Patnership	79
4.3 Analisa Model Bisnis Saat ini	82

BAB 5 ANALISA KEKUATAN DAN KELEMAHAN MODEL BISNIS

PT KARSA AGUNG REALTINDO	84
5.1 Costumer Segment / Segmentasi Pasar	84
5.1.1 Strength / Kekuatan	84
5.1.2 Weakness / Kelemahan	87
5.2 Value Proposition / Nilai Proposisi	88
5.2.1 Strength / Kekuatan	88
5.2.2 Weakness / Kelemahan	90
5.3 Channel / Saluran Pemasaran	91
5.3.1 Strength / Kekuatan	91
5.3.2 Weakness / Kelemahan	92
5.4 Customer Relationship / Hubungan Pelanggan	93
5.4.1 Strength / Kekuatan	93
5.4.2 Weakness / Kelemahan	94
5.5 Cost Structure / Struktur Biaya	94
5.5.1 Strength / Kekuatan	94
5.5.2 Weakness / Kelemahan	96
5.6 Revenue Stream / Arus Pendapatan	97
5.6.1 Strength / Kekuatan	97

5.6.2 Weakness / Kelemahan	98
5.7 Key Activities / Aktifitas utama	99
5.7.1 Strength / Kekuatan	99
5.7.2 Weakness / Kelemahan	103
5.8 Key Resources / Sumber Daya Utama	103
5.8.1 Strength / Kekuatan	104
5.8.2 Weakness / Kelemahan	105
5.9 Key Patnerships / Mitra utama	107
5.9.1 Strength / Kekuatan	107
5.9.2 Weakness / Kelemahan	109

BAB 6 ANALISA PELUANG DAN ANCAMAN MODEL BISNIS

PT KARSA AGUNG REALTINDO	111
6.1 Analisa PESTEL	111
6.2 Analisa Lingkungan Eksternal Jabodetabek	115
6.2.1 Jabodetabek Dimasa Datang	115
6.2.1.1 Daerah Khusus Ibukota Jakarta	117
6.2.1.2 Kota Bekasi	119
6.2.1.3 Depok	121
6.2.1.4 Kota Tangerang	124
6.2.1.5 Tangerang Selatan	126
6.2.1.6 Kota Bogor	128
6.2.1.7 Pertumbuhan Penduduk di daerah pendukung Jakarta	129
6.3 Analisa Peluang dan Ancaman	131
6.3.1 <i>Customer Segment</i> / Segmentasi Pelanggan	131

6.3.1.1 <i>Opportunities / Peluang</i>	131
6.3.2 Value Proposition / Nilai Proposisi	134
6.3.2.1 <i>Opportunities / Peluang</i>	134
6.3.3 <i>Channel / Saluran Pemasaran</i>	135
6.3.3.1 <i>Opportunities / Peluang</i>	135
6.3.4 Customer Relationship / Hubungan Pelanggan	136
6.3.4.1 <i>Opportunities / Peluang</i>	136
6.3.5 Cost Stucture / Struktur Biaya	137
6.3.5.1 <i>Opportunities / Peluang</i>	138
6.3.5.2 <i>Threats / Ancaman</i>	138
6.3.6 <i>Revenue Stream / Arus Pendapatan</i>	139
6.3.6.1 <i>Opprtunities / Peluang</i>	139
6.3.6.2 <i>Threats / Ancaman</i>	140
6.3.7 Key Activities / Aktifitas utama	140
6.3.7.1 <i>Opprtunities / Peluang</i>	141
6.3.8 <i>Key Resources / Sumber Daya Utama</i>	141
6.3.8.1 <i>Threats / Ancaman</i>	141
6.3.9 <i>Key Partnerships / Mitra utama</i>	142
6.3.9.1 <i>Opprtunities / Peluang</i>	142
 BAB 7 PENYEMPURNAAN MODEL BISNIS	
 PT KARSA AGUNG REALTINDO	145
7.1 <i>Customer Segment / Segmentasi Pasar</i>	145

7.2	<i>Value Proposition</i> / Nilai Proposisi	148
7.3	<i>Channel</i> / Saluran Pemasaran	151
7.4	<i>Customer Relationship</i> / Hubungan Pelanggan	154
7.5	<i>Revenue Stream</i> / Arus Pendapatan	156
7.6	<i>Key Activities</i> / Kunci Aktivitas	159
7.7	<i>Key Resources</i> / Sumber Daya Utama	164
7.8	<i>Cost Structure</i> / Struktur Biaya	168
7.9	<i>Key Partnerships</i> / Kunci Kerjasama	171
7.10	Proyeksi Model Bisnis Baru Apartemen	177
7.11	Program Implementasi	180
7.11.1	Persiapan Landasan 2012	181
7.11.1.1	Program Persiapan Sumber Daya Manusia	182
7.11.1.2	Program Persiapan Dana Perbankan	183
7.11.1.3	Persiapan <i>Outsource</i> teknologi informasi	184
7.11.1.4	Penambahan <i>Channel</i>	184
7.11.2	Persiapan Landasan 2013	185
7.11.3	Jaringan Apartemen 2014	185
7.11.4	Persiapan Apartemen 2015	188
7.11.5	Awal Apartemen 2016 – 2017	189
	BAB 8 KESIMPULAN	190
	DAFTAR PUSTAKA	194

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Proyek-proyek Perumahan PT KAR 2011	4
Gambar 1.2. Rencana model pengembangan	4
Gambar 2.1. <i>Channel</i> phases	26
Gambar 3.1. Kerangka Analisis	42
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan	51
Gambar 4.2. <i>Customer segment</i> PT Karsa Agung Realtindo	52
Gambar 4.3. <i>Value Proposition</i> PT Karsa Agung Realtindo	53
Gambar 4.4. <i>Channel</i> PT Karsa Agung Realtindo	54
Gambar 4.5. <i>Customer relationships</i> PT Karsa Agung Realtindo	59
Gambar 4.6. <i>Cost Structure</i> PT Karsa Agung Realtindo	60
Gambar 4.7. <i>Revenue Stream</i> PT Karsa Agung Realtindo	67
Gambar 4.8. <i>Key Resources</i> PT Karsa Agung Realtindo	70
Gambar 4.9. Hubungan <i>Key Resources</i> dengan <i>Value Proposition</i>	71
Gambar 4.10. Struktur Organisasi	72
Gambar 4.11. <i>Key Activities</i> PT Karsa Agung Realtindo	75
Gambar 4.12. <i>Key Patnership</i> PT Karsa Agung Realtindo	79
Gambar 4.13. Canvas PT Karsa Agung Realtindo	81
Gambar 5.1. Kekuatan & Kelemahan <i>Customer Segment</i>	84
Gambar 5.2. Piramida Penduduk Provinsi DKI Jakarta	86
Gambar 5.9. Peta Persaingan	100
Gambar 5.10. Kekuatan & Kelemahan <i>Key Resources</i>	103

Gambar 5.3. Kekuatan & Kelemahan <i>Value Proposition</i>	88
Gambar 5.4. Kekuatan & Kelemahan <i>Channel</i>	92
Gambar 5.5. Kekuatan & Kelemahan <i>Customer Relationship</i>	93
Gambar 5.6. Kekuatan & Kelemahan <i>Cost Structure</i>	94
Gambar 5.7. Kekuatan & Kelemahan <i>Revenue Stream</i>	97
Gambar 5.8. Kekuatan & Kelemahan <i>Key Activities</i>	99
Gambar 5.11. Kekuatan & Kelemahan <i>Key Partnerships</i>	107
Gambar 5.12. Canvas Kekuatan & Kelemahan	110
Gambar 6.1. Jalan Tol Jabodetabek	116
Gambar 6.2. Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta	117
Gambar 6.3. Pertumbuhan Penduduk Kota Bekasi	119
Gambar 6.4. Jalan Tol Kota Bekasi	120
Gambar 6.5. Pertumbuhan Penduduk Depok	122
Gambar 6.6. Jalan tol Depok	123
Gambar 6.7. Pertumbuhan Penduduk Kota Tangerang	124
Gambar 6.8. Jalan Tol Kota Tangerang	125
Gambar 6.9. Jumlah Penduduk Tangerang Selatan	126
Gambar 6.10. Jalan Tol Tangerang Selatan	127
Gambar 6.11. Pertumbuhan Penduduk Kota Bogor	128
Gambar 6.12. Pertumbuhan Penduduk di Daerah Pendukung Jakarta	129
Gambar 6.13. Jumlah Penduduk Jabodetabek	130
Gambar 6.14. Peluang <i>Customer Segment</i>	131
Gambar 6.15. Peluang <i>Value Proposition</i>	134
Gambar 6.16. Peluang <i>Channel</i>	135
Gambar 6.17. Peluang <i>Customer Relationship</i>	136

Gambar 6.18. Peluang & Ancaman <i>Cost Structure</i>	137
Gambar 6.19. Peluang & Ancaman <i>Revenue Stream</i>	139
Gambar 6.20. Peluang <i>Key Activities</i>	140
Gambar 6.21. Ancaman <i>Key Resources</i>	141
Gambar 6.22. Peluang <i>Key Partnership</i>	142
Gambar 6.23. Canvas Peluang & Ancaman	144
Gambar 7.1. Kekuatan, Kelemahan & Peluang <i>Customer Segment</i>	145
Gambar 7.2. Penambahan Peluang pada <i>Customer Segment</i>	146
Gambar 7.3. <i>Customer Segment</i> baru	147
Gambar 7.4. Kekuatan, Kelemahan, & Peluang <i>Value Proposition</i>	148
Gambar 7.5. Penambahan Peluang pada Value Proposition	149
Gambar 7.6. <i>Value Proposition</i> Baru	151
Gambar 7.7. Kekuatan, Kelemahan, & Peluang <i>Channel</i>	151
Gambar 7.8. Penambahan Peluang pada <i>Channel</i>	152
Gambar 7.9. <i>Channel</i> Baru	153
Gambar 7.10. Kekuatan, Kelemahan, & Peluang <i>Customer Relationship</i>	154
Gambar 7.11. Penambahan peluang pada <i>Channel</i>	155
Gambar 7.12. <i>Customer Relationship</i> Baru	155
Gambar 7.13. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, & Ancaman Revenue Stream	156
Gambar 7.14. Penambahan Pendapatan pada <i>Revenue Stream</i>	158
Gambar 7.15. <i>Revenue Stream</i> Baru	159
Gambar 7.16. Kekuatan, Kelemahan, & Peluang <i>Key Activities</i>	159
Gambar 7.17. Penambahan aktivitas pada <i>Key Activities</i>	160

Gambar 7.18. <i>Key Activities</i> Baru	163
Gambar 7.19. Kekuatan, Kelemahan, & Ancaman <i>Key Resources</i>	164
Gambar 7.20. Penambahan Sumber Daya pada <i>Key Resources</i>	165
Gambar 7.21. <i>Key Resources</i> Baru	167
Gambar 7.22. Kekuatan, Kelemahan, Peluang & Ancaman <i>Cost Structure</i> 168	
Gambar 7.23. Penambahan biaya pada <i>Cost Structure</i>	169
Gambar 7.24. <i>Cost Structure</i> Baru	171
Gambar 7.25. Kekuatan, Kelemahan, & Peluang <i>Key Partnership</i>	171
Gambar 7.26. Penambahan Peluang Pada <i>Key Partnership</i>	173
Gambar 7.27. <i>Key Partnership</i> Baru	174
Gambar 7.28. Model Bisnis Canvas Baru PT Karsa Agung Realtindo	178
Gambar 7.29. <i>Giant Leap</i> 2012-2017	181
Gambar 7.30. Struktur Organisasi Karsa Agung Realtindo Group	187

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Data yang dibutuhkan	45
Tabel 4.1. Proyek yang telah dikelola dan dikembangkan oleh perusahaan	49
Tabel 4.2. Biaya Pengembangan Lahan	61
Tabel 4.3. Biaya Pemasaran	62
Tabel 4.4. Biaya Operasi & Gaji	63
Tabel 4.5. Harga Bangunan	64
Tabel 4.6. Total Cost & Penjualan	65
Tabel 4.7. Modal Awal & Kerja	66
Tabel 5.1. Jumlah Penduduk DKI Jakarta	85
Tabel 5.2. Wilayah & jumlah penduduk pada enam wilayah administrasi	86
Tabel 5.3. Tingkat Kepadatan Penduduk Jakarta	87
Tabel 5.4. Harga tanah	89
Tabel 5.5. Perbandingan <i>Cost Structure</i> Perusahaan	95
Tabel 5.6. Skema Penerimaan Uang secara Kredit	97
Tabel 5.7. Keterangan Peta Persaingan	100
Tabel 5.8. Harga tanah & Kualitas Proyek	101
Tabel 5.9. Skema Penerimaan Uang secara Kredit Inden	108

Tabel 6.1. PESTEL (Economy)	111
Tabel 6.2. PESTEL (Social & Techonology)	112
Tabel 6.3. PESTEL (Environment)	113
Tabel 6.4. PESTEL (Law)	114
Tabel 6.5. Keterangan Jalan Tol Jabodetabek	116
Tabel 6.6. Jumlah Penduduk DKI Jakarta 2007-2010	118
Tabel 6.7. Jumlah Penduduk Kota Depok 2006-2010	121
Tabel 6.8. Jumlah Penduduk 2010 & 2017	130
Tabel 7.1. Penjualan Apartemen	177
Tabel 7.2. Proyeksi Penjualan Perusahaan	178

xvii

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Halaman 195
Lampiran II	198 xxii