

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>Abstract</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I .....	1
LATAR BELAKANG, PERMASALAHAN, PELUANG.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Praktis.....	5
1.4 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	6
PERENCANAAN PRODUK .....	6
2.1 <i>Literature Review</i> .....	6
2.1.1 Menstruasi dan <i>Pre-Menstrual Syndrome</i> (PMS).....	6
2.1.2 Pembalut Sekali Pakai .....	6
2.1.3 <i>Menstrual Cup</i> .....	8

2.1.4 Sejarah <i>Menstrual Cup</i> .....	11
2.1.5 <i>Green Product</i> .....	12
2.1.5 <i>Food and Drug Administration Approved</i> .....	12
2.2 Kanvas Konsep Bisnis ( <i>Business Model Canvas</i> ).....	14
2.2.1 <i>Customer Segmentation</i> .....	15
2.2.2 <i>Customer Relationship</i> .....	16
2.2.3 <i>Channels</i> .....	17
2.2.4 <i>Value Proposition</i> .....	19
2.2.5 <i>Key Activities</i> .....	20
2.2.6 <i>Key Resource</i> .....	20
2.2.7 <i>Key Partner</i> .....	21
2.2.8 <i>Cost Structure</i> .....	25
2.2.9 <i>Revenue Streams</i> .....	27
2.3 Deskripsi Produk .....	27
2.4 <i>Stake Holder</i> .....	29
2.5 <i>Business Process</i> .....	31
2.6 <i>Value Proposition</i> .....	32
2.7 Strategi penentuan harga .....	35
2.7.1 <i>Cost of Goods Sold (COGS)</i> .....	35
2.7.2 Tabel Harga Jual .....	35
2.8 <i>Branding</i> .....	36
2.8.1 <i>Brand</i> .....	36
2.8.2 Logo.....	37
2.8.3 Identitas Visual .....	37
BAB III .....	39
ANALISA PASAR .....	39

3.1 Segmentasi Pasar .....	39
3.2 <i>Market Size</i> .....	40
3.3 <i>Consumer Mapping</i> .....	41
3.4 <i>Positioning</i> .....	42
3.5 <i>Competitor Analysis</i> .....	44
BAB IV .....	49
PERENCANAAN STRATEGIS DAN PROYEKSI FINANSIAL .....	49
4.1 Perencanaan Organisasi dan Sumber Daya Manusia .....	49
4.1.1 Proyeksi Departemen dan Jumlah Kebutuhan SDM .....	49
4.2 Strategi dan Rencana Pemasaran.....	54
4.2.1 <i>Timeline Marketing Plan</i> .....	55
4.3 <i>Customer Relationship Plan</i> .....	62
4.4 <i>Timeline</i> .....	64
4.5 Proyeksi Keuangan.....	65
4.5.1 <i>Capital Expenditure</i> .....	65
4.5.2 Biaya Sumber Daya Manusia .....	65
4.5.3 Biaya Operasional dan Pemasaran.....	66
4.5.4 Jumlah Investasi Awal .....	67
4.5.5 Proyeksi Penjualan.....	67
4.5.6 Proyeksi Pendapatan .....	69
4.5.7 Proyeksi Laba/Rugi.....	70
4.5.8 <i>Break Even Point (BEP)</i> .....	70
4.5.9 Proyeksi Arus Kas .....	71
4.5.10 Proyeksi Besaran dan Jangka Waktu ROI .....	71
4.6 Analisa Risiko dan <i>Exit Strategy</i> .....	71
BAB V.....	73

KESIMPULAN DAN PENUTUP ..... 73  
DAFTAR PUSTAKA ..... 74

