

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
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Peluang	5
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat	6
1.6 Hasil Survey	7
BAB II PERENCANAAN PRODUK	12
2.1 Kajian Literatur	12
2.1.1 Pengertian Batik	12
2.1.2 Sejarah Batik di Indonesia	13
2.1.3 Pengembangan Fashion Modern Batik di Indonesia	15
2.1.4 Sejarah Batik Bangka Belitung	17
2.2 Konsep Bisnis dan Spesifikasi	19
2.2.1 Spesifikasi Produk	19
2.2.2 Stakeholders	23
2.2.3 Proses Bisnis	27
2.2.4 Value Proposition	29

2.2.5	<i>Business Model Canvas</i>	32
2.2.6	<i>Strategi Penetapan Harga</i>	37
BAB III ANALISIS PASAR		40
3.1	<i>Segmentasi Pasar</i>	40
3.1.1	<i>Profil Segmentasi Pasar</i>	41
3.1.2	<i>Target Konsumen</i>	41
3.3	<i>Consumer Mapping</i>	43
3.4	<i>Positioning</i>	45
3.5	<i>Competitor Analysis</i>	46
3.5.1	<i>Competitor Mapping</i>	48
3.5.2	<i>Competitive Advantages</i>	51
3.5.3	<i>Benchmark</i>	52
3.5.4	<i>Comparison Table</i>	55
BAB IV PERENCANAAN STRATEGIS DAN PROYEKSI FINANSIAL		58
4.1	<i>Proyeksi Departemen dan Jumlah Kebutuhan SDM</i>	58
4.1.1	<i>Organization Chart</i>	58
4.1.2	<i>Proyeksi Departemen</i>	59
4.1.3	<i>Jumlah Kebutuhan Sumber Daya Manusia (Manning)</i>	62
4.2	<i>Strategi dan Rencana Pemasaran</i>	70
4.2.1	<i>Rencana Pemasaran (Marketing Plan)</i>	70
4.2.2	<i>Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)</i>	71
4.3	<i>Customer Relationship Plan</i>	77
4.3.1	<i>Recognize Customer</i>	77
4.3.2	<i>Segmentasi Konsumen</i>	78
4.3.3	<i>Program Loyalitas</i>	78
4.3.4	<i>Personal Communication</i>	79
4.3.5	<i>Social Media Engagement</i>	80
4.3.6	<i>Program Referral</i>	80
4.3.7	<i>Special Event</i>	80
4.3.8	<i>Feedback for Product Development & Data Analysing</i>	80
4.4	<i>Timeline</i>	81
4.5	<i>Proyeksi Keuangan</i>	84

4.5.1	Jumlah Investasi yang Dibutuhkan.....	85
4.5.2	Proyeksi Biaya Pembangunan Awal	85
4.5.3	Proyeksi Pendapatan	86
4.5.4	Proyeksi Biaya Operasional dan Pemasaran.....	87
4.5.5	Proyeksi Rugi dan Laba	88
4.5.6	Proyeksi Arus Kas.....	88
4.5.7	Proyeksi Besaran dan Jangka Waktu ROI.....	89
4.6	Analisis Resiko dan Exit Strategy.....	90
4.6.1	Analisis Resiko.....	90
4.6.2	Exit Strategy	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN.....		109

