

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Analisis Lingkungan Eksternal (PEST)	5
2.2 Analisis Industri (<i>Porter Five Forces Model</i>).....	6
2.2.1 Persaingan Dengan Kompetitor (<i>Rivalry Among Existing Firms</i>)	7
2.2.2 Ancaman Adanya Substitusi (<i>Threat of Substitute Products Or Services</i>).....	7
2.2.3 Ancaman Masuknya Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>).....	7
2.2.4 Kekuatan Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>).....	7
2.2.5 Kekuatan Pemasok (<i>Bargaining Power Of Suppliers</i>).....	8
2.3 Segmentasi Pasar (<i>Market Segmentation</i>).....	8
2.4 <i>Positioning</i>	9
2.5 SWOT	9
2.6 Pemasaran (Marketing).....	11

2.7	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.8	Rencana Keuangan (<i>Financial Plan</i>).....	12
2.8.1	Aliran Kas (<i>Cash Flow</i>)	13
2.8.2	Laporan Laba Rugi (<i>Income Statement</i>).....	13
2.8.3	Neraca Keuangan (<i>Balance Sheet</i>)	13
2.8.4	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	13
2.8.5	<i>Payback Period</i>	14
2.9	<i>Business Model Canvas</i>	14
2.10	<i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	16
BAB III.....		17
PERENCANAAN BISNIS		17
3.1	Deskripsi Usaha	17
3.1.1	Data Perusahaan	17
3.1.2	Profil Perusahaan	17
3.1.3	Produk yang Dihasilkan	17
3.2	Analisis Eksternal.....	18
3.2.1	Faktor Ekonomi	18
3.2.2	Faktor Sosial	19
3.2.3	Faktor Politik	19
3.2.4	Faktor Teknologi.....	19
3.3	Analisis Industri.....	20
3.3.1	Analisis <i>Porter Five Forces</i>	20
3.4	Analisis Persaingan & Konsumen	21
3.4.1	Analisis Persaingan.....	22
3.4.2	Analisis Konsumen	25
3.5	Segmentation and Positioning.....	31
3.5.1	Segmentasi.....	31
3.5.2	Positioning (<i>Perceptual Map</i>).....	32
3.6	Analisis <i>SWOT</i>	34
3.6.1	<i>Strength</i> (Kekuatan).....	34
3.6.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	35
3.6.3	<i>Opportunity</i> (Kesempatan).....	35
3.6.4	Threat (Ancaman)	36
3.6.5	Matrix TOWS.....	37

3.7	Rencana Pemasaran.....	37
3.7.1	Tujuan Pemasaran.....	37
3.7.2	<i>Business Model Canvas</i>	38
3.7.3	Bauran Pemasaran	39
3.8	Rencana Operasi	41
3.8.1	Tujuan Operasi.....	41
3.8.2	Pengendalian Mutu.....	41
3.8.3	Pengendalian Proses	42
3.9	Rencana Keuangan	42
3.9.1	Tujuan Rencana Keuangan	42
3.9.2	Laporan Laba Rugi.....	43
3.9.3	Neraca Keuangan.....	44
3.9.4	Aliran Kas.....	45
3.9.5	<i>Internal Rate of Return</i>	47
3.9.6	<i>Payback Period</i>	47
3.10	<i>KPI</i> dan Timeline	48
BAB IV.....		51
ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS		51
4.1	Laporan Kegiatan	51
4.1.1	Februari sampai Maret 2018.....	51
4.1.2	April 2018	52
4.1.3	Mei 2018.....	52
4.1.4	Juni 2018	54
4.1.5	Juli 2018.....	54
4.1.6	Agustus 2018.....	54
4.2	Analisis Perbedaan antara Rencana dan Realisasi Bisnis.....	54
4.2.1	Tenaga Kerja.....	54
4.2.2	Rencana Keuangan.....	55
4.2.2.2	Aliran Kas Menny Sleepingwear Maret - Juli 2018.....	56
4.2.3	Laporan Laba Rugi.....	57
4.2.4.1	Laporan Neraca Keuangan (Proyeksi).....	59
4.2.4	Laporan Neraca Keuangan.....	59
4.2.5	Pemasaran	61
4.2.6	Ketercapaian KPI.....	62

BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.1.2 Analisis Konsumen	65
5.1.3 Analisis Pemasaran	65
5.1.4 Analisis Operasional.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	73