

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	2
I.3 Tujuan Penelitian	2
I.4 Pembatasan Masalah	3
I.5 Metode Penulisan	3
I.5.1 Manfaat Praktis.....	3
I.6 Sistematika Penulisan	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
II.1 Analisis Lingkungan Eksternal	5
II.1.1 PEST	5
II.2 Analisis Lingkungan Industri	6
II.2.1 Segmentasi (Segmentation).....	8
II.2.2 Target (Targetting).....	9
II.2.3 Posisi (Positioning).....	10
II.3 Strategi Marketing (<i>Marketing Strategy</i>)	11
II.3.1 Produk (Product).....	12
II.3.2 Harga (<i>Price</i>).....	14
II.3.3 Promosi (Promotion).....	15
II.3.4 Tempat (Place).....	16
II.4 Keuangan (<i>Finance</i>)	17
II.4.1 Arus Kas.....	17
II.4.2 Laporan laba rugi (Income Statement).....	20
II.4.3 Analisis Keuangan	21
BAB 3 Perencanaan.....	22
III.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	22
III.1.1 Politik.....	22
III.1.2 Ekonomi.....	22
III.1.3 Sosial	22
III.1.4 Teknologi.....	23
III.2 Analisis Lingkungan Industri.....	23
III.2.1 Ancaman Pendetang Baru.....	24
III.2.2 Ancaman Produk Pengganti.....	24
III.2.3 Daya Tawar Pembeli.....	24
III.2.4 Daya Tawar Pemasok.....	24
III.2.5 Persaingan Perusahaan Dalam Satu Industri.....	24
III.2.6 Analisis Persaingan Konsumen	25
III.2.7 Analisis Profil dan Kebutuhan Konsumen (Survey Primer).....	25
III.3 Rencana Pemasaran	29

III.3.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	29
III.3.2 Sasaran Pemasaran	29
III. 3.3 Targeting	30
III.3.4 Positioning, Differentiation, dan, Perceptual Map	30
III.3.5 Business Model Canvas	33
III.4 Bauran Pemasaran	33
III.4.1 Produk (Product)	34
III.4.2 Harga (Price)	35
III.4.3 Tempat dan Distribusi (Place and Distribution).....	36
III.4.4 Promosi (Promotion)	36
III.5 Rencana Keuangan	38
III.5.1 Tujuan dan sasaran keuangan.....	38
III.5.2 Aliran kas	39
III.5.3 Laporan Laba Rugi.....	44
III.5.4 Rencana Kegiatan dan Key Performance Indicator (KPI)	45
BAB 4 ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS.....	46
IV.1 Laporan kegiatan.....	46
IV.1.1 Produk atau Layanan yang ditawarkan.....	46
IV.1.2 Pengembangan Bisnis	47
IV.1.3 Membuat Logo JujurBerani	47
IV.1.4 Alur Penjualan.....	48
IV.1.5 Kerjasama Pemasok.....	49
IV.1.6 Penjualan Online.....	49
IV.2 Pemasaran	50
IV.2.1 Sosial Media dan Iklan	50
IV.2.2 Promosi Langsung.....	50
IV.3 Keuangan.....	52
IV.3.1 KPI.....	52
IV.4 Promosi	54
IV.4 Sumber Daya Manusia	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
V.1 Kesimpulan	60
V.2 Saran.....	61
Daftar Pustaka.....	62
Lampiran	65