

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian .....	3
I.4 Batasan Masalah .....	3
I.5 Metodologi Laporan .....	3
I.6 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
II.1 Pengertian Makanan Organik.....	5
II.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	5
II.3 Analisis Industri.....	8
II.3.1 Hambatan Masuk ( <i>Threat of New Entry</i> ) .....	9
II.3.2 Daya Tawar Pemasok ( <i>Bargaining Power of Supplier</i> ) .....	9
II.3.3 Daya Tawar Pembeli ( <i>Bargaining Power of Buyer</i> ) .....	10
II.3.4 Ancaman Produk Pengganti ( <i>Threat of Substitutes</i> ) .....	10
II.3.5 Persaingan antar perusahaan dalam satu industri ( <i>Rivalry among existing competitors</i> ).....	11
II.4 Analisis Persaingan Konsumen .....	11
II.5 Rencana Pemasaran .....	12
II.5.1 <i>Segmentation dan Targeting</i> .....	13
II.5.2 <i>Positioning dan Differentiation</i> .....	14
II.5.3 Strategi Pemasaran .....	15
II.6 Strategi Operasi .....	19
II.7 Rencana Keuangan .....	19

BAB III ANALISIS DAN PERENCANAAN BISNIS .....	25
III.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	25
III.1.1 Politik ( <i>Politic</i> ).....	25
III.1.2 Ekonomi ( <i>Economy</i> ).....	25
III.1.3 Sosial ( <i>Social</i> ) .....	26
III.1.4 Teknologi ( <i>Technology</i> ).....	26
III.1.5 Hukum ( <i>Legal</i> ).....	27
III.1.6 Lingkungan ( <i>Environment</i> ) .....	28
III.2 Analisa Industri .....	29
III.2.1 Porter's Five Forces .....	29
III.2.2 Analisa <i>Porter's Five Forces</i> .....	32
III.3 SWOT Analysis .....	41
III.4 Business Model Canvas .....	44
Penjelasan Business Model Canvas (BMC) pada Healthy Yummy Nutty .....	44
III.5 Rencana Pemasaran.....	52
III.5.1 Segmentasi dan <i>Targetting</i> .....	53
III.5.2 <i>Positioning and Differentiation</i> .....	54
Perceptual Map <i>Healthy Yummy Nutty</i> : .....	54
Penjelasan Perceptual Map: .....	55
III.5.3 Strategi Pemasaran.....	57
III.6 Rencana Operasional.....	71
III.6.1 Operasi .....	71
III.6.2 Pemasaran .....	71
III.6.3 Keuangan.....	71
III.7 Rencana Keuangan.....	72
III.8 KPI dan Strategi Pengembangan Bisnis dan Key Performance Indicator .....	77
BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS.....	78
IV.1 Operasi .....	78
IV.1.1 Membuat logo <i>Healthy Yummy Nutty</i> .....	79
IV.1.2 Menentukan produk <i>Healthy Yummy Nutty</i> .....	81
IV.1.3 Pembelian peralatan dan perlengkapan.....	81
IV.1.4 Mencetak kartu nama dan tas belanja .....	82
IV.1.5 Membuat sistem penjualan .....	83
IV.2 Pemasaran .....	84

IV.2.1 Sosial Media <i>Healthy Yummy Nutty</i> .....	85
IV.2.2 Bekerja sama dengan Komunitas Organik Indonesia (KOI) .....	86
IV.2.3 Bekerja sama dengan <i>Influencer</i> lokal.....	87
IV.3 Keuangan .....	88
IV.4 Pembelajaran dan Pengalaman .....	95
IV.5 Struktur Organisasi .....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
V.1 Kesimpulan.....	102
V.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107

