

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN PERENCANAAN PENGEMBANGAN BISNIS | 13 |
| 2.1 Perencanaan Pengembangan Aspek Pasar | 13 |
| 2.1.1 Segmenting | 13 |
| 2.1.2 Targeting | 14 |
| 2.1.3 Positioning | 14 |
| 2.1.4 Market Share | 15 |
| 2.2 Perencanaan Pengembangan Aspek Pemasaran | 16 |
| 2.2.1 Marketing Mix | 17 |
| 2.2.2 Saluran Pemasaran | 19 |
| 2.3 Perencanaan Pengembangan Aspek Sumber Daya Manusia | 19 |
| 2.3.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan | 19 |
| 2.3.2 Pelatihan | 22 |
| 2.3.3 Pengembangan | 23 |
| 2.4 Perencanaan Pengembangan Aspek Operasional | 23 |
| 2.4.1 Alur Produksi | 23 |
| 2.4.2 Produk yang Ditawarkan | 25 |
| 2.4.3 Sistem Penggajian | 26 |
| 2.4.4 Standard Operating Procedure (SOP) | 27 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.5 | Perencanaan Pengembangan Aspek Keuangan..... | 28 |
| 2.5.1 | Asumsi dan Parameter Perhitungan | 29 |
| 2.5.2 | Arus Kas..... | 31 |
| 2.5.3 | Laba Rugi | 31 |
| 2.5.4 | Neraca | 35 |
| 2.5.5 | Break Even Point (BEP) | 36 |
| 2.5.6 | Analisis Sensitivitas | 37 |
| 2.6 | Perencanaan Pengembangan Aspek Legalitas | 40 |
| 2.6.1 | Legalitas Bentuk Usaha | 40 |
| 2.6.2 | Legalitas Merek Dagang | 43 |
| 2.7 | Perencanaan Pengembangan Aspek Ekonomi, Lingkungan dan Sosial ... | 44 |
| 2.7.1 | Aspek Ekonomi..... | 44 |
| 2.7.2 | Aspek Lingkungan | 44 |
| 2.7.3 | Aspek Sosial..... | 45 |
| 2.8 | Business Model Canvas | 45 |
| 2.8.1 | Customer Segment | 46 |
| 2.8.2 | Value Propotion | 46 |
| 2.8.3 | Channels | 49 |
| 2.8.4 | Customer Relationship | 49 |
| 2.8.5 | Key Resource | 50 |
| 2.8.6 | Key Activities | 50 |
| 2.8.7 | Key Partners | 51 |
| 2.8.8 | Cost Structure..... | 51 |
| 2.8.9 | Revenue Streams | 52 |
| 2.9 | Action Plan..... | 52 |
| BAB III METODE PELAKSANAAN | | 54 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 54 |
| 3.2 | Lokasi Penelitian..... | 54 |
| 3.3 | Obyek Penelitian | 54 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data | 55 |
| 3.4.1 | Data Primer | 55 |
| 3.4.2 | Data Sekunder | 55 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data | 56 |
| 3.5.1 | Kuisisioner | 56 |
| 3.5.2 | Studi Pustaka..... | 56 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 58 |
| 4.1 | Laporan Aspek Pasar bulan Juli 2020-Maret 2021 | 58 |
| 4.1.1 | Segmentation..... | 58 |
| 4.1.2 | Targeting | 58 |
| 4.1.3 | Positioning | 58 |

| | | |
|---------------------|--|----|
| 4.2 | Laporan Aspek Pemasaran bulan Juli 2020 - April 2021 | 58 |
| 4.2.1 | Saluran Pemasaran | 62 |
| 4.3 | Laporan Aspek Sumber Daya Manusia bulan Juli 2020 - April 2021 | 64 |
| 4.4 | Laporan Aspek Operasional bulan Juli 2020-Maret 2021 | 65 |
| 4.4.1 | Lokasi Usaha | 65 |
| 4.4.2 | Alur Produksi | 67 |
| 4.4.3 | Standard Operating Procedure (SOP) | 68 |
| 4.5 | Laporan Aspek Legalitas bulan Juli 2020 - April 2021 | 69 |
| 4.6 | Laporan Aspek Keuangan bulan Juli 2020 - April 2021 | 71 |
| 4.6.1 | Biaya Operasional | 72 |
| 4.6.2 | Biaya Investasi | 72 |
| 4.6.3 | Break Even Point (BEP) | 74 |
| 4.6.4 | Payback Period | 74 |
| 4.6.5 | Arus Kas | 75 |
| 4.6.6 | Laba Rugi | 76 |
| 4.6.7 | Neraca | 81 |
| 4.6.8 | Return on Investment (ROI) | 83 |
| 4.6.9 | Return on Assets (ROA) | 83 |
| 4.6.10 | Return on Equity (ROE) | 83 |
| 4.6.11 | Return on Sales (ROS) | 83 |
| 4.7 | Laporan Aspek Ekonomi bulan Juli 2020 - April 2021 | 84 |
| 4.8 | Laporan Aspek Lingkungan bulan Juli 2020 - April 2021 | 85 |
| 4.9 | Laporan Aspek Sosial bulan Juli 2020 - April 2021 | 85 |
| 4.10 | Laporan Hasil Survei Kepuasan Konsumen | 86 |
| BAB V PENUTUP | | 92 |
| 5.1 | Kesimpulan | 92 |
| 5.2 | Tindak Lanjut Usaha | 93 |
| DAFTAR PUSAKA | | 96 |