

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Pembatasan Masalah dan Asumsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen	8
2.2 Kewirausahaan	9
2.3 Strategi Perusahaan	10
2.3.1 Elemen Elemen Manajemen Strategik	14
2.3.2 Tahapan Perencanaan Strategis.....	16
2.3.3 Growth strategi	17
2.3.4 Stability strategi	18

2.3.5 Defensive Strategi Perusahaan.....	18
2.3.6 Strategi Mengatasi Konflik.....	19
2.4 Analisis SWOT	20
2.4.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal.....	21
2.4.1.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	21
2.4.1.2 Matriks Faktor Strategi Internal	23
2.5 Studi kelayakan Bisnis	24
2.5.1 Proses dan Tahap studi kelayakan.....	26
2.5.2 Analisis Kelayakan Bisnis	28
2.5.3 Segmentasi Target Posisi di Pasar	34
2.5.3.1 Segmentasi pasar	34
2.5.3.2 Menetapkan pasar sasaran	35
2.5.3.3 Menentukan posisi pasar	36
2.5.3.4 Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	37
2.5.3.5 Peramalan Permintaan Mendatang	39
2.6 Aspek Hukum	41
2.7 Analisa <i>Financial</i>	43
2.7.1 Pengertian <i>Financial</i>	43
2.7.2 Klasifikasi Biaya	43
2.7.3 Penentuan Harga Jual	44
2.7.4 Payback Period.....	46
2.7.5 Metode <i>Net Present Value (NPV)</i>	46

2.8 Usaha Yang Kompetitif	47
2.9 Usaha Yang Profitable	49
2.10 Business Plan	50
2.10.1 Manfaat <i>Business Plan</i>	52
2.10.2 Perencanaan Usaha Yang baik	53
2.11 Tabel Penelitian Sebelumnya	54
2.10 Krangka Pemikiran	56
2.10 Model Penelitian	57
2.10 Hipotesis	58

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	59
3.2 Tahapan Penelitian	60
3.3 Sumber Data dan Proses Pengumpulan Data	62
3.4 Teknis Analisa Data	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Eksisting Perusahaan	72
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan	72
4.2 Kondisi Internal Perusahaan	73
4.2.1 Struktur Organisasi Barokah Fishing	73
4.2.2 Sumber Daya Manusia	73
4.3 Aspek Pasar	74
4.3.1 Strategi Pemasaran	74
4.3.2 Target Pasar	74

4.3.3 Posisi Pasar.....	75
4.3.4 Strategi Bauran Pemasaran.....	75
4.3.5 Produk.....	77
4.3.6 Harga Produk.....	78
4.3.7 Penjualan Produk	78
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 <i>Environmental Scanning</i>	80
4.4.2 Matrik SWOT.....	82
4.4.3 Strategi <i>Matrix 9 Cell</i>	84
4.4.4 Strategi Bisnis.....	85
4.4.5 Prospek Usaha Kompetitif	86
4.4.6 Bidang Usaha Yang Profitable	90
4.5 Perumusan Strategi.....	93
4.5.1 Aspek Pasar	93
4.5.2 Peramalan Permintaan (<i>Demand Forecasting</i>)	93
4.5.3 Peramalan Penjualan (<i>Sales Forecasting</i>).....	99
4.5.4 Data Pemilik Perusahaan.....	102
4.5.5 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)	102
4.5.6 Aspek Hukum.....	103
4.5.7 Aspek Manajemen	104
4.5.8 Aspek Keuangan.....	106
4.5.8.1 Investasi.....	107
4.5.8.2 Modal Kerja dan Biaya Modal Produk/Perbulan.....	108

4.5.8.3 Kelayakan Investasi	110
4.6 Business Plan	111
4.6.1 Pendahuluan	111
4.6.1.1 Latar Belakang	111
4.6.1.2 Tujuan dan Manfaat	112
4.6.1.3 Ruang Lingkup	112
4.6.2 Visi dan Misi	112
4.6.3 Analisis Lingkungan	112
4.6.3.1 Lingkungan Internal	112
4.6.3.2 Lingkungan Eksternal	113
4.6.4 Rencana Pemasaran	114
4.6.5 Rencana Manajemen dan Organisasi	115
4.6.6 Rencana Keuangan	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	121
5.1.1 Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal yang Terdapat Pada Usaha Barokah Fishing	121
5.1.2 Kelayakan Usaha Secara Finansial.....	122
5.1.3 Strategi Perusahaan.....	122
5.1.4 Usaha yang Kompetitif dan Profitable	122
5.1.5 <i>Bussiness Plan</i>	123
5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	128