

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Teoritis.....	8
1.5.2 Praktis	8
1.6 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Manajemen.....	10
2.1.2 Kewirausahaan	12

2.1.2.1	Definisi Kewirausahaan dan Wirausahaan.....	12
2.1.2.2	Sifat dan Sikap Wirausahawan.....	12
2.1.3	Manajemen Strategi	16
2.1.3.1	Definisi Manajemen Strategi.....	16
2.1.3.2	Strategi Perusahaan	16
2.1.3.3	Klasifikasi Kebijakan	17
2.1.3.4	Hierarki Kebijakan	17
2.1.3.5	Hierarki Strategi	18
2.1.4	Studi Kelayakan	18
2.1.5	Aspek Lingkungan Industri.....	19
2.1.6	Aspek Pasar.....	21
2.1.7	Aspek Pemasaran	22
2.1.7.1	STP Marketing	22
2.1.7.2	Marketing Mix	24
2.1.8	Aspek Teknik	25
2.1.9	Aspek Manajemen.....	26
2.1.10	Aspek Sumber Daya Manusia.....	27
2.1.10.1	Perencanaan.....	27
2.1.10.2	Job Analysis	27
2.1.10.3	Produktivitas	28
2.1.11	Aspek Finansial.....	28
2.1.11.1	Net Present Value.....	29

2.1.11.2 Payback Period	30
2.1.11.3 Profitability Index	30
2.1.12 Formulasi Strategi	31
2.1.11.1 GE McKinsey Matrix	31
2.1.11.2 TOWS Matrix	32
2.1.11.3 BCG Matrix	33
2.1.13 Prospek Umum Usaha.....	35
2.1.13.1 Prospek Usaha yang Kompetitif	35
2.1.13.2 Prospek Usaha yang Profitable	36
2.1.14 Business Plan	37
2.2 Penelitian Sebelumnya	38
2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.4 Model Penelitian.....	40
2.5 Hipotesis	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Tahapan Penelitian	43
3.3 Sumber Data.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Eksisting Perusahaan.....	53
---------------------------------------	----

4.2 Pengumpulan Data	54
4.2.1 Struktur Organisasi	54
4.2.2 Produk	54
4.2.2.1 Harga Produk	55
4.2.2.2 Informasi Sumber Daya Manusia.....	55
4.2.2.3 Permintaan Produk	56
4.2.2.4 Penjualan Produk	56
4.3 Pembahasan.....	57
4.3.1 Environmental Scanning.....	57
4.3.2 Aspek Pasar.....	61
4.3.3 Peramalan Permintaan	61
4.3.4 Peramalan Penjualan	63
4.4 Aspek Pemasaran	64
4.4.1 STP Marketing.....	64
4.4.2 Bauran Pemasaran.....	66
4.5 Aspek Teknik	68
4.5.1 Perencanaan Lokasi	68
4.5.2 Perencanaan Produk.....	69
4.6 Aspek Sumber Daya Manusia.....	70
4.6.1 Planning	70
4.6.2 Jobdesk Analysis.....	70
4.6.3 Productivity.....	71

4.7 Aspek Manajemen.....	71
4.7.1 Perencanaan	71
4.7.2 Pengorganisasian	71
4.8 Aspek Keuangan	72
4.8.1 Modal Awal Usaha	72
4.8.2 Depresiasi.....	73
4.8.3 Modal Kerja	74
4.8.4 Proyeksi Laba Rugi.....	74
4.8.5 Proyeksi Cash Flow	74
4.8.6 Kelayakan Investasi	75
4.9 Formulasi Strategi.....	77
4.9.1 GE McKinsey Matrix.....	77
4.9.2 BCG Matrix	78
4.9.3 TOWS Matrix	80
4.10 Prospek Umum Usaha.....	83
4.10.1 Prospek Usaha Yang Kompetitif.....	83
4.10.2 Prospek Usaha Yang Profitable	89
4.11 Business Plan	92
4.11.1 Ringkasan Eksekutif.....	92
4.11.2 Gambaran Perusahaan.....	93
4.11.3 Analisis Pasar dan Pemasaran.....	94
4.11.4 Analisis Produksi	101

4.11.5 Analisis Sumber Daya Manusia	103
4.11.6 Rencana Pengembangan Usaha.....	105
4.11.7 Pemanfaatan Teknologi Informasi	106
4.11.8 Rencana Keuangan.....	107
4.11.9 Analisis Dampak dan Resiko Usaha	112
4.11.10 Analisis Lingkungan Bisnis	113
4.11.11 Kelengkapan Perijinan	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	