

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	10
1.3. Rumusan masalah.....	10
1.4 Tujuan penelitian.....	10
1.5 Manfaat penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Kewirausahaan.....	15
2.1.3 Manfaat Kewirausahaan.....	18
2.1.4 Sifat dan Sikap Wirausahawan.....	20
2.1.5 Karakteristik Wirausaha.....	23
2.1.6 Analisis SWOT.....	26
2.1.6.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal dan Internal.....	27
2.1.6.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	27
2.1.6.3 Matriks Faktor Strategi Internal.....	29
2.1.7 Perencanaan Bisnis.....	31
2.1.7.1. Manfaat Perencanaan Bisnis.....	33

2.1.7.2. Perencanaan Bisnis yang Baik.....	38
2.1.8 Studi Kelayakan.....	39
2.1.9 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis.....	41
2.1.10 Manfaat Studi Kelayakan Bisnis.....	42
2.1.11 Tahapan Studi Kelayakan Bisnis.....	44
2.1.12 Analisis kelayakan usaha.....	47
2.1.13 Business Strategy Porter	51
2.1.14 Aspek Lingkungan Industri.....	55
2.1.14.1 Aspek Pasar.....	56
2.1.14.2 Aspek teknik.....	57
2.1.14.3 Aspek Manajemen.....	58
2.1.14.4 Aspek Pemasaran.....	59
2.1.14.4.1 Strategi Bauran Pemasaran.....	64
2.1.14.4.2 Peramalan Permintaan.....	67
2.1.14.5 Aspek Sumber Daya Manusia.....	69
2.1.14.5.1 Perencanaan.....	69
2.1.14.5.2 Job Analysis.....	70
2.1.14.6 Aspek Finansial.....	70
2.1.14.6.1 Klasifikasi Biaya.....	71
2.1.14.6.2 Penentuan Harga Jual.....	72
2.1.14.6.3 Net Present Value.....	73
2.1.14.6.4 Payback Period.....	75

2.1.14.6.5 Profitability Index.....	76
2.1.14.6.6 Internal Rate of Return.....	77
2.1.14.7 Aspek Manajemen.....	80
2.1.15 Formulasi Strategi.....	81
2.1.15.1 GE McKinsey Matrix.....	81
2.1.15.2 TOWS Matrix.....	82
2.2 Kerangka pemikiran.....	87
2.3 Hipotesis.....	91
BAB III.....	92
METODE PENELITIAN.....	92
3.1 Metode Penelitian.....	92
3.2 Tahapan Penelitian.....	96
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	100
3.4 Lokasi Penelitian.....	100
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	101
3.6 Populasi dan Sampel Jenuh (Sampel Sensus).....	105
3.6.1 Populasi.....	105
3.6.2 Sampel Jenuh (Sampel Sensus).....	105
3.7 Teknik Analisis Data.....	106
BAB IV.....	122
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	122
4.1 Profil Bisnis	122

4.2 Struktur Organisasi Youth cleanshoes22.....	123
4.2.1 Analisis Jabatan.....	123
4.3 Visi Misi dan Tujuan.....	125
4.4 Analisis Five Porter Forces	126
4.4 Timmons Model.....	128
4.4.1 Peluang.....	128
4.4.2 Sumber Daya.....	129
4.4.3 Tim.....	133
4.5 Aspek Lingkungan Industri.....	136
4.5.1 Aspek Lingkungan Industri Internal.....	145
4.5.2 Aspek Lingkungan Industri Eksternal.....	147
BAB V.....	149
KESIMPULAN DAN SARAN.....	149
5.1 Kesimpulan.....	149
5.2 Saran.....	150
LAMPIRAN.....	151
LAMPIRAN.....	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Perawatan Sepatu Di Bandung.....	6
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	27
Tabel 2.2 Tabel Eksternal Straregic Factor (EFAS).....	28
Tabel 2.3 Internal Strategic Faktor (IFAS).....	30
Tabel 2.4 perencanaan bisnis.....	36
Tabel 2.5 Hasil penelitian Terdahulu.....	83
Tabel 3.1 Data Primer dan Sekunder.....	104
Tabel 4.1 Five Porter Forces Youth Clean Shoes22	126
Tabel 4.2 Capital Budget.....	130
Tabel 4.3 Pesaing.....	138
Tabel 4.4 Strength Youth CleanShoes22.....	143
Tabel 4.5 Weakness Youth CleanShoes22.....	144
Tabel 4.6 Opportunity Youth CleanShoes22.....	144
Tabel 4.7 Threat Youth CleanShoes22.....	145
Tabel 4.8 Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	145
Tabel 4.9 External Factor Analysis Summary (EFAS).....	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Five Porter Forces	53
Gambar 2.2 Segmentation Targeting & Positioning.....	60
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran.....	65
Gambar 2.4 GE McKinsey Matrix.....	81
Gambar 2.5 Diagram alur Kerangka Pemikiran.....	90
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	123