

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.1.1 Potensi Tanaman Eceng Gondok	1
1.1.2 Gambaran Umum Industri Produk Kreatif di Kepulauan Riau.....	5
1.1.3 Demografi Daerah Waduk	6
1.1.4 Pemain Utama Industri Produk berbasis Eceng Gondok	7
1.1.5 Sasaran Utama.....	11
1.1.6 Rencana Pendirian Perusahaan	8
1.1.6.1 Bentuk Usaha	8
1.1.6.2 Lokasi Usaha.....	9
1.1.7 Hambatan dan Ancaman dalam Industri	9
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	11
1.2.1 Keunggulan Internal.....	11
1.2.2 Kelemahan Internal	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan	15

BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif	16
2.2 Kewirausahaan Sosial (<i>Social Entrepreneurship</i>) dan Model Bisnis Sosial.....	18
2.3 Peta Empati	31
2.4 Kelayakan Bisnis.....	33
2.4.1 Analisis Kelayakan Finansial.....	33
2.4.1.1 <i>Net Present Value</i> (NPV)	34
2.4.1.2 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	34
2.4.1.3 <i>Payback Period</i> (PP)	35
2.4.2 Analisis Kelayakan Non-Finansial.....	36
2.4.2.1 Aspek Pemasaran	36
2.4.2.2 Aspek Hukum	37
2.4.2.3 Aspek Organisasi dan Manajemen.....	37
2.4.2.4 Aspek Lingkungan dan Sosial.....	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Metode Pengumpulan Data dan Instrumen yang digunakan.....	39
3.2.1 Jenis Data dan Sumber Data	39
3.2.2 Instrumen Penelitian.....	42
3.2.2.1 Survei	42
3.2.2.2 Wawancara	44
3.2.2.3 Observasi.....	51
3.3 Metode Analisis Data.....	52
BAB IV	55
STRATEGI DAN RENCANA	55
4.1 Hasil Analisis Data.....	55
4.1.1 Survei Calon Konsumen	55
4.1.2 Hasil Wawancara	61

4.1.2.1 Wawancara dengan Pemilik Usaha sejenis	61
4.1.2.1 Wawancara dengan pengelola waduk	67
4.1.2.2 Wawancara dengan Calon Konsumen Segmen Rumah Tangga.....	68
4.1.2.3 Wawancara dengan Calon Konsumen Segmen Toko	75
4.2 Strategi dan Rencana Bisnis.....	80
4.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	81
4.2.2 Rencana Pemasaran.....	82
4.2.2.1 Segmentasi pasar, target pasar dan posisi produk.....	82
4.2.2.2 Penetapan harga	83
4.2.2.3 Pelaksanaan distribusi	84
4.2.2.4 Promosi	86
4.2.2.5 Pengembangan Produk.....	87
4.2.2.6 Potensi Pendapatan dan Proyeksi Penjualan	88
4.2.3 Rencana Operasi.....	94
4.2.3.1 Proses Produksi	94
4.2.3.2 Pengelolaan Pemesanan Bahan Baku dan Persediaan	98
4.2.4 Rencana Organisasi.....	100
4.2.4.1 Bentuk kepemilikan dan struktur organisasi.....	100
4.2.4.2 Sumber Daya Manusia	101
4.2.5 Rencana Keuangan.....	103
4.2.5.1 Investasi Awal.....	104
4.2.5.2 Proyeksi Pendapatan	105
4.2.5.3 Proyeksi Laba Rugi 5 Tahun pertama.....	107
4.2.5.4 Proyeksi Arus Kas 5 Tahun pertama.....	108
4.2.6 Analisis Kelayakan.....	109
4.2.6.1 Analisis Kelayakan Finansial.....	110
4.2.6.2 Analisis Kelayakan Non Finansial	115
4.2.7 Strategi Keluar	122
BAB V.....	124
RENCANA AKSI.....	124

5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu	124
5.1.1 Tahap Persiapan	124
5.1.2 Tahap Operasional	126
5.1.3 Tahap Evaluasi	127
5.2 Penanggung Jawab	127
5.3 Ukuran Kinerja	128
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	134