

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA.....	6
2.1. Gambaran Umum Usaha.....	6
2.2. Deskripsi Produk.....	7
2.3. Analisis <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>	10
2.4. Analisis Lingkungan Usaha.....	12
2.5. Analisis Lima Kekuatan Porter.....	17
2.6. Analisis Kompetitor.....	20
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
3.1. Strategi Usaha.....	24
3.2. Rencana Pemasaran.....	26
3.2.1 Penentuan Target Pasar.....	26
3.2.2. <i>Market Sizing</i>	28
3.2.3. Analisis 5 P (<i>Product, Price, Place, People and Promotion</i>).....	29
3.2.4. Penyusunan Program Pemasaran.....	30
3.2.4.1. <i>Digital Advertising</i> Mi Level.....	30
3.2.4.2. Promo Mi Level.....	31
3.2.4.3. Poster dan Banner Mi level.....	33
3.2.4.6. Survei Demografi dan <i>Survei Price and Value</i> Mi Level.....	34
3.3. Rencana Operasional.....	35
3.4. Rencana Keuangan.....	36
3.4.1. Analisis Biaya.....	36

3.4.2. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	37
3.4.3. Analisis Kelayakan Usaha.....	38
3.4.3.1. <i>Break Even Point</i> (BEP).....	38
3.4.3.2. <i>Net Present Value</i> (NPV).....	38
3.4.3.3. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	39
3.4.3.4. <i>Payback Period</i>	40
BAB IV HASIL DAN EVALUASI.....	41
4.1. Hasil dan Evaluasi Strategi Usaha.....	41
4.2. Hasil dan Evaluasi Rencana Pemasaran.....	46
4.2.1. Penentuan Target Pasar.....	46
4.2.2. <i>Market Sizing</i>	50
4.2.3. Analisis 5 P (<i>Product, Price, Place, People and Promotion</i>).....	52
4.2.4. Pelaksanaan Program Pemasaran.....	60
4.3. Hasil dan Evaluasi Rencana Operasional.....	82
4.4. Hasil dan Evaluasi Rencana Keuangan.....	88
4.4.1. Analisis Biaya.....	88
4.4.2. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	89
4.4.3. Analisis Kelayakan Usaha.....	94
4.4.3.1. <i>Break Even Point</i>	94
4.4.3.2. <i>Net Present Value</i>	95
4.4.3.3. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	97
4.4.3.4. <i>Payback Period</i>	99
BAB V PENUTUP.....	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Analisis SWOT Mi Level.....	10
Tabel 3.1. Rancangan <i>Business Model Canvas</i> Kopi Padasan.....	25
Tabel 4.1. Hasil <i>Business Model Canvas</i>	42
Tabel 4.2. Segmentasi Pasar Awal Produk Mi Level Kopi Padasan.....	47
Tabel 4.3. Realisasi Segmentasi Pasar Mi Level Kopi Padasan.....	48
Tabel 4.4. <i>Market Sizing</i> Mi Level Kopi Padasan.....	52
Tabel 4.5. Perhitungan <i>engagement rate</i> konten mi level.....	66
Tabel 4.6. <i>Engagement rate</i> konten Kopi Padasan sebelum pemasaran.....	68
Tabel 4.7. <i>Engagement rate</i> konten sesudah dilakukan pemasaran.....	68
Tabel 4.8. Perhitungan Biaya Total dan Selisih Keuntungan.....	89
Tabel 4.9. Rancangan Anggaran Biaya Program Pemasaran.....	90
Tabel 4.10. Realisasi Anggaran Biaya Program Pemasaran.....	90
Tabel 4.11. Efisiensi Pemasaran Mi Level di Kopi Padasan.....	93
Tabel 4.12. <i>Break Even Point</i> Mi Level Kopi Padasan.....	96
Tabel 4.13. Proyeksi Laba Rugi Mi Level selama 4 tahun.....	97
Tabel 4.14. Proyeksi Arus Kas Mi Level Kopi Padasan.....	98
Tabel 4.15. Perhitungan IRR dengan diskonto 40%.....	99
Tabel 4.16. Perhitungan IRR dengan diskonto 196%.....	100
Tabel 4.17. Perhitungan <i>Payback Period</i> Mi Level Kopi Padasan.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perbandingan Persentase Penjualan Mi Level dengan Produk Lain...	4
Gambar 2.1. Logo Kopi Padasan.....	7
Gambar 2.2. Mi Level Ayam Kecap.....	8
Gambar 2.3. Mi Level Jamur Krispi.....	9
Gambar 2.4. Mi Level Jamur Kecap.....	10
Gambar 4.1. Grafik Persentase Pelanggan Mengetahui Produk Mi Level.....	53
Gambar 4.2. Grafik Persentase Pelanggan Tertarik Mencoba Mi Level.....	54
Gambar 4.3. Grafik Persentase Varian Favorit Mi Level.....	54
Gambar 4.4. Grafik Persentase Kesesuaian Harga Mi Level.....	56
Gambar 4.5. Konten <i>Do & Don'ts</i> Makan Mi Level.....	62
Gambar 4.6. Konten Langganan Mi Level.....	63
Gambar 4.7. Konten Nasehat Papah.....	64
Gambar 4.8. Promo Mystery Box Mi Level Bulan November.....	72
Gambar 4.9. Promo Bundling Mi Level Spesial Natal dan Tahun baru.....	75
Gambar 4.10. Perbandingan Kuantitas dengan Persentase Penjualan Mi Level....	76
Gambar 4.11. Perbandingan Nominal dengan Persentase Penjualan Mi Level.....	77
Gambar 4.12. Perbandingan Kuantitas dengan Persentase Penjualan Mi Level....	77
Gambar 4.13. Perbandingan Nominal dengan Persentase Penjualan Mi Level.....	78
Gambar 4.14. Hasil Penjualan dan Kontribusi Pendapatan Mi Level di Kopi Padasan (September - Desember 2024).....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Grafik hasil survei <i>price and value</i> Mi Level.....	110
Lampiran 2.1 Dokumentasi Kegiatan Pemasaran di Kopi Padasan.....	116
Lampiran 3.1 Perhitungan HPP Mi Level	117