

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xiii
Intisari	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan	2
1.1.1 Gambaran Umum Industri	2
1.1.2 Pasar Sasaran Utama	4
1.1.3 Hasil Wawancara dengan Calon Pelanggan	7
1.1.4 Observasi Lingkungan	10
1.1.5 Analisis Kompetisi	11
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan	12
1.2.1 Status Kepemilikan	13
1.2.2 Status Hukum Perusahaan	13
1.2.3 Rencana Pendirian Perusahaan	13
1.2.4 Lokasi Perusahaan	14
1.3 Rumusah Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Akademis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	16

1.7 Rencana Aksi	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Bisnis	18
2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	18
2.3 Restoran	20
2.4 Peta Empati	24
2.5 Kanvas Model Bisnis	26
2.6 Analisis SWOT	29
2.7 Studi Kelayakan Bisnis	32
2.7.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis	32
2.7.2 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	33
2.7.3 Manfaat Studi Kelayakan Bisnis	36
2.8 Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis	37
2.8.1 Aspek Pemasaran	37
2.8.1.1 Segmentasi Pasar	38
2.8.1.2 Penentuan Sasaran Pasar	40
2.8.1.3 Penentuan Posisi Produk	42
2.8.1.4 Bauran Pemasaran	43
2.8.2 Aspek Operasi	44
2.8.3 Aspek Sumber Daya Manusia	44
2.8.4 Aspek Keuangan	45
2.8.4.1 <i>Net Present Value</i> (NPV)	45
2.8.4.2 <i>Payback Period</i> (PP)	47
2.8.4.3 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	48
2.8.4.4 <i>Revenue Cost Ratio</i> (RCR)	49
2.8.4.5 <i>Return On Investment</i> (ROI)	49
2.9 Penelitian yang Relevan	50

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Unit dan Level Analisis	52
3.1.1 Unit Analisis	52
3.1.2 Level Analisis	52
3.2 Sumber Data	52
3.2.1 Data Primer	52
3.2.2 Data Sekunder	52
3.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.3.1 Wawancara	53
3.3.2 Observasi	53
3.3.3 Studi Pustaka	54
3.4 Teknik Analisis Data	54
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	58
4.1 Peta Empati	58
4.2 Sembilan Blok Bangunan	62
4.2.1 Segmentasi Pelanggan	63
4.2.2 Proposisi Nilai	64
4.2.3 Jalur	65
4.2.4 Keterhubungan Pelanggan	67
4.2.5 Aliran Pendapatan	67
4.2.6 Sumber Daya Kunci	68
4.2.7 Aktivitas Kunci	70
4.2.8 Kemitraan Kunci	70
4.2.9 Stuktur Biaya	71
4.3 Analisis SWOT	72
4.4 Kerangka Fungsional	78
4.4.1 Visi, Misi dan Tujuan	79
4.4.1.1 Visi	79
4.4.1.2 Misi	79
4.4.1.3 Tujuan	80

4.4.2 Rencana Pemasaran	80
4.4.2.1 Segmentasi Pasar	81
4.4.2.2 Penentuan Sasaran Pasar	83
4.4.2.3 Penentuan Posisi Produk	84
4.4.2.4 Bauran Pemasaran	84
4.4.3 Rencana Operasi	89
4.4.3.1 Bahan Baku Utama	89
4.4.3.2 Rencana Produksi	90
4.4.3.3 Kapasitas Produksi	90
4.4.3.4 Analisis <i>Break Even</i>	91
4.4.3.5 Perencanaan Kapasitas	92
4.4.3.6 Waktu Operasi	93
4.4.3.7 Proses Operasional Restoran	93
4.4.3.8 Lokasi Bisnis	95
4.4.3.9 Perlengkapan dan Peralatan Pendukung	97
4.4.4 Rencana Sumber Daya Manusia	97
4.4.4.1 Bagan Organisasi	98
4.4.4.2 Deskripsi Pekerjaan	99
4.4.4.3 Spesifikasi Pekerjaan	107
4.4.4.4 Gaji Karyawan	109
4.4.4.5 Waktu Kerja Karyawan	110
4.4.4.6 Pelatihan Karyawan	110
4.4.5 Rencana Keuangan	111
4.4.5.1 Kebutuhan Modal	111
4.4.5.2 Sumber Dana	112
4.4.5.3 Proyeksi Laba Rugi	115
4.4.5.4 Neraca	115
4.4.5.5 Arus Kas	116
4.4.5.6 Kelayakan Keuangan	117
4.4.5.7 Analisis Sensitivitas	123

BAB V RENCANA AKSI	126
5.1 Tahap Perencanaan	126
5.2 Tahap Uji Coba	129
5.3 Tahap Komersialisasi	131
5.4 Ukuran Kinerja	131
5.5 Waktu	132
5.6 Strategi Keluar	133
Daftar Pustaka	135
Lampiran	139