

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal	1
1.2 Lingkungan Internal	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penulisan	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Model Pemberdayaan	10
2.2 Definisi Rencana Bisnis	11
2.3 Manfaat Rencana Bisnis	12
2.4 Perencanaan Bisnis Berbasis Aspek Fungsional	12
2.4.1 Misi, Visi, dan Tujuan	12
2.4.2 Rencana Pemasaran	13

2.4.3	Rencana Operasional.....	15
2.4.4	Rencana Sumber Daya Manusia	17
2.4.5	Rencana Keuangan.....	18
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	Desain Penelitian	19
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3	Instrumen Penelitian	21
3.4	Metode Analisa Data.....	21
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA.....		23
4.1	Profil Perusahaan	23
4.1.1	Visi Dan Misi Rumah Jahit Made By Mom.....	24
4.1.2	Tujuan Rumah Jahit Made By Mom.....	25
4.2	Rencana Pemasaran	25
4.2.1	Analisis Lingkungan Bisnis	25
4.2.2	Produk.....	32
4.2.3	Demografi Konsumen	34
4.2.4	Competition dan Competitive Advantage.....	38
4.2.5	Strategi Harga	46
4.2.6	Advertising dan Promotional Strategi.....	48
4.2.7	SWOT analisis	52
4.3	Rencana Operasional.....	55
4.3.1	Struktur Bisnis	55
4.3.2	Area Operasi	56
4.3.3	Isu Regulasi.....	56

4.3.4	Tempat Usaha	57
4.3.5	Production Arrangement	60
4.3.6	Distribution Arrangements.....	66
4.3.7	Kesepakatan Kerja	71
4.3.8	Jam Operasional.....	73
4.4	Rencana Sumber Daya Manusia	73
4.4.1	Struktur Organisasi	73
4.4.2	Keahlian Karyawan.....	74
4.4.3	Pelatihan Karyawan	78
4.5	Rencana Keuangan.....	82
4.5.1	Asumsi Proyeksi Keuangan.....	82
4.5.2	Investasi Awal.....	83
4.5.3	Biaya Operasional.....	86
4.5.4	Hasil Analisa Proyeksi Keuangan.....	89
4.5.5	Analisis Sensitivitas	93
4.5.6	Social Return on Investment.....	95
BAB V RENCANA AKSI.....		99
5.1	Perencanaan Kegiatan.....	99
5.2	Waktu	102
5.3	Penanggung Jawab.....	102
5.4	Ukuran Kinerja.....	103
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		108



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERENCANAAN BISNIS RUMAH JAHIT MADE BY MOM DENGAN PENDEKATAN ASPEK
FUNGSIONAL SEBAGAI IMPLEMENTASI
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**

Danis Safitri, JOHN SUPRIHANTO, DR., M.I.M.,

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Literatur Pemberdayaan Masyarakat	10
Tabel 3.1. Aspek Fungsional Rencana Bisnis	22
Tabel 4.1. Kriteria Usaha Sektor UMKM	26
Tabel 4.2. Jumlah pengusaha Pakaian jadi Skala Mikro	31
Tabel 4.3 Kriteria Konsumen Non ritel	38
Tabel 4.4. Target Konsumen Ritel	38
Tabel 4.5. Jenis Produk	46
Tabel 4.6. Ongkos Jahit	46
Tabel 4.7. Toko Fashion Online	47
Tabel 4.8. Pemasok	61
Tabel 4.9. Jenis Mesin	62
Tabel 4.10. Upah.....	72
Tabel 4.11. Jumlah Pegawai Tahun Pertama	81
Tabel 4.12 Jenis Paket Jasa Jahit.....	83
Tabel 4.13. Jenis Mesin dan Peralatan.....	84
Tabel 4.14 Peralatan dan Perabot Kantor	84
Tabel 4.15. Jenis Investasi.....	85
Tabel 4.16 Proyeksi Laba Rugi Konservatif.....	89
Tabel 4.17. Proyeksi Laba Rugi Moderat.....	90
Tabel 4.18 Proyeksi Laba Rugi Optimis	91
Tabel 4.19. Proyeksi Arus Kas Konservatif.....	92
Tabel 4.20 Proyeksi Arus Kas Moderat	92

Tabel 4.21. Proyeksi Arus Kas Optimis.....	93
Tabel 4.22. NPV, IRR, Payback Periode.....	94
Tabel 4.23. <i>Stakeholder</i> pada Bisnis Rumah jahit <i>Made By Mom</i>	95
Tabel 5.1 Waktu Pelaksanaan	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet	1
Gambar 1.2 Layanan Internet yang di Akses	3
Gambar 4.1 Logo	24
Gambar 4.2 Jumlah Pengusaha Pakaian Jadi Skala Mikro	27
Gambar 4.3 Jumlah Usaha Pakaian Jadi Mikro Kecil	30
Gambar 4.4 Contoh Produk	33
Gambar 4.5 Penetrasi Pengguna Internet per Karakter Kota/Kabupaten	35
Gambar 4.6 Komposisi Pengguna Internet per Jenis Kelamin.....	35
Gambar 4.7 Komposisi Pengguna Internet berdasarkan Jenis Usia.....	35
Gambar 4.8 Kemampuan Persuasi Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.9 Ongkos Jahit	47
Gambar 4.10 Layout Workshop	59
Gambar 4.11 Alur Pemesanan Melalui Instagram	67
Gambar 4.12 Alur Pemesanan Melalui Website Konsumen Ritel	68
Gambar 4.13 Alur Pemesanan Melalui Website Konsumen Non Ritel	70
Gambar 4.14 Struktur Organisasi	74
Gambar 4.15 SROI – The Impact Map (Organisasi)	95
Gambar 4.16 SROI – The Impact Map (Tahap 1 dan Tahap 2)	96
Gambar 4.17 SROI – The Impact Map (Tahap 3 dan Tahap 4).....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Focuss group Discusion.....	103
Lampiran 2. Wawancara dengan KUBE.....	105
Lampiran 3. Wawancara dengan Pemerintah Daerah	108
Lampiran 4. Wawancara dengan Perusahaan Swasta.....	109