



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Lingkungan Eksternal	1
1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Produk <i>Bedding</i>	16
2.1.1 Definisi Kain	16
2.1.2 Jenis – jenis kain	17



2.1.3	Produk <i>Bedding</i>	20
2.2	<i>E - Commerce</i>	23
2.3	<i>E – Marketing</i>	26
2.4	Kanvas Model Bisnis	27
2.4.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segment</i>)	28
2.4.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	29
2.4.3	Saluran (<i>Channels</i>)	30
2.4.4	Hubungan pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	31
2.4.5	Aliran pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	33
2.4.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	35
2.4.7	Kegiatan Utama (<i>Key Activities</i>).....	36
2.4.8	Rekanan Utama (<i>Key Partnership</i>).....	37
2.4.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	38
2.5	Peta Empati	39
BAB III METODA PENELITIAN		44
3.1	Desain Penelitian	44
3.2	Metoda Pengumpulan Data.....	44
3.3	Metoda Analisis Data.....	45
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA		47
4.1	Observasi.....	47
4.2	Wawancara.....	49
4.2.1	Apa yang Dilihat Responden.....	50
4.2.2	Apa yang Didengar Responden.....	51



4.2.3	Apa yang Dipikirkan dan Dirasakan Responden.....	51
4.2.4	Apa yang Dikatakan dan Dilakukan Responden	52
4.2.5	Apa yang Tidak Disukai Responden	53
4.2.6	Apa yang Disukai Responden	54
4.3	Survei	55
4.3.1	Segmen Pelanggan.....	63
4.3.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	64
4.3.3	Saluran (<i>Channels</i>)	66
4.3.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	68
4.3.5	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	68
4.3.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	71
4.3.7	Kegiatan Utama (<i>Key Activities</i>).....	72
4.3.8	Rekanan Utama (<i>Key Partnership</i>)	74
4.3.9	Struktur Biaya.....	76
4.4	Analisis Kelayakan Bisnis	79
4.4.1	Secara Ekonomi	79
4.4.2	Secara Non Ekonomi.....	83
4.5	Analisis Sensitivitas	84
4.6	Strategi Keluar	85
BAB V RENCANA AKSI.....		87
5.1	Matrik Kegiatan	87
5.1.1	Perencanaan	88
5.1.2	Pelaksanaan.....	89



RENCANA BISNIS NARISCA SPREI

Khristianus Kasjum, Bayu Sutikno, SE., Cand.Merc., PhD.

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

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

5.2	Ukuran Kinerja.....	900
5.2.1	Aspek Keuangan	900
5.2.2	Aspek Pemasaran	900
5.2.3	Aspek Sumber Daya Manusia.....	911
DAFTAR PUSTAKA		922



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Produk Domestik Bruto di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Pelaku Bisnis Produk <i>Bedding</i>	8
Tabel 2.1	Definisi Kain.....	16
Tabel 2.2	Jenis – Jenis Kain.....	18
Tabel 2.3	<i>E - Commerce</i>	24
Tabel 2.4	<i>E – Marketing</i>	26
Tabel 2.5	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segment</i>).....	29
Tabel 2.6	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>).....	30
Tabel 2.7	Saluran (<i>Channels</i>).....	31
Tabel 2.8	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	32
Tabel 2.9	Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>).....	33
Tabel 2.10	Analisa Kelayakan Bisnis.....	34
Tabel 2.11	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	36
Table 2.12	Kegiatan Utama (<i>Key Activities</i>).....	37
Tabel 2.13	Rekanan Utama (<i>Key Partnership</i>).....	38
Tabel 2.14	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	39
Tabel 2.15	Peta Empati.....	41
Tabel 3.1	Metode Pengumpulan Data.....	45
Tabel 3.2	Metode Analisa Data.....	46
Tabel 4.1	Hasil Observasi.....	47
Tabel 4.2	Profil Narasumber Wawancara.....	49



Tabel 4.3	Hasil Survei Profil Responden.....	56
Tabel 4.4	Hasil Survei Preferensi Pelanggan.....	58
Tabel 4.5	Hasil Survei Sensitivitas Harga.....	60
Tabel 4.6	Hasil Survei Preferensi <i>e-commerce</i>	61
Tabel 4.7	Target Penjualan Narisca Sprei.....	70
Tabel 4.8	Sumber Daya Manusia Narisca Sprei.....	72
Tabel 4.9	Struktur Biaya Narisca Sprei.....	78
Tabel 4.10	Modal Awal Narisca Sprei.....	79
Tabel 4.11	Proyeksi Penjualan Narisca Sprei (Moderat).....	80
Tabel 4.12	Proyeksi Laba/Rugi Narisca Sprei (Moderat).....	81
Tabel 4.13	Analisa Keuangan Narisca Sprei (Moderat).....	83
Tabel 4.14	Analisa Sensitivitas Narisca Sprei (Moderat).....	85
Tabel 5.1	Matrik Kegiatan.....	87
Tabel 5.2	Ukuran Kinerja Keuangan.....	90
Tabel 5.3	Ukuran Kinerja Pemasaran.....	91
Tabel 5.4	Ukuran Kinerja Sumber Daya Manusia.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	4
Gambar 1.2	Komposisi Pengguna Internet.....	5
Gambar 2.1	Produk – Produk Bedding.....	21
Gambar 2.2	Kanvas Model Bisnis (<i>Nine Building Block</i>).....	28
Gambar 2.3	Peta Empati	40
Gambar 4.1	Peta Empati Narisca Sprei.....	55
Gambar 4.2	Kanvas Model Bisnis Narisca Sprei.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara Pelanggan	95
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Pelanggan.....	96
Lampiran 3	Transkrip Wawancara Reseller.....	97
Lampiran 4	Transkrip Wawancara Penjahit Produk Bedding.....	98
Lampiran 5	Transkrip Wawancara Penyedia Kain Produk Bedding.....	100
Lampiran 6	Pertanyaan Survei.....	101
Lampiran 7	Analisa Keuangan Pesimis, Moderat dan Optimis.....	105
Lampiran 8	Asumsi Proyeksi Penjualan Pesimis.....	106
Lampiran 9	Asumsi Laba Rugi Pesimis.....	107
Lampiran 10	Asumsi Neraca Pesimis.....	108
Lampiran 11	Asumsi <i>Cash Flow</i> Pesimis.....	109
Lampiran 12	Asumsi Proyeksi Penjualan Moderat.....	110
Lampiran 13	Asumsi Laba Rugi Moderat.....	111
Lampiran 14	Asumsi Neraca Moderat.....	112
Lampiran 15	Asumsi <i>Cash Flow</i> Moderat.....	113
Lampiran 16	Asumsi Proyeksi Penjualan Optimis.....	114
Lampiran 17	Asumsi Laba Rugi Optimis.....	115
Lampiran 18	Asumsi Neraca Optimis.....	116
Lampiran 19	Asumsi <i>Cash Flow</i> Optimis.....	117
Lampiran 20	Foto Wawancara.....	118
Lampiran 21	Hasil Survei.....	120