

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kerangka Teori.....	6
2.2 Pilar-pilar Perencanaan Bisnis	7
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Pengumpulan Data	19
3.1.1 Data Primer	21
3.1.2 Data Sekunder	24
3.2 Metode Analisis Data	25
3.2.1 Rencana Pemasaran.....	25
3.2.2 Rencana Operasional.....	28
3.2.3 Analisis Kompetitor	30
3.2.4 Analisis Sumber Daya Manusia (SDM).....	32
3.2.5 Analisis Finansial	33
BAB IV RENCANA DAN STRATEGI.....	35
4.1 Rencana Pemasaran.....	35
4.1.1 Analisis Lingkungan	35
4.1.2 Deskripsi Usaha.....	36
4.1.3 Misi dan Visi	36
4.1.4 Deskripsi Produk.....	37
4.1.5 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	38
4.1.6 Marketing Mix – 4P	45

4.2 Rencana Operasional.....	55
4.2.1 Konsep Kemitraan yang Akan Dibangun.....	60
4.2.2 Rencana Pertumbuhan.....	63
4.3 Rencana SDM	67
4.4 Rencana Finansial	69
4.4.1 Analisis Finansial	71
4.4.2 Target Pendapatan	77
BAB V RENCANA DAN AKSI	81
5.1 Rencana Pemasaran.....	81
5.2 Rencana Operasional.....	82
5.3 Rencana SDM	83
5.4 Rencana Finansial	84
5.5 Ukuran Kinerja.....	87
5.5 Kesimpulan Umum	89
DAFTAR PUSTAKA	91