

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>4</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>5</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>11</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>13</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
1.1 Lingkungan Eksternal Usaha.....	15
1.2 Lingkungan Internal Usaha .....	16
1.3 Rumusan Masalah .....	18
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	19
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Penelitian.....	19
1.7 Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II .....</b>	<b>21</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Perencanaan Bisnis .....	21
2.1.1.1 Rencana Pemasaran.....	21
2.1.1.2 Rencana Operasional.....	23
2.1.1.3 Rencana Sumber Daya Manusia .....	24
2.1.1.4 Rencana Keuangan.....	25

2.1.2 Strategi Pertumbuhan Bisnis.....	26
2.1.3 Konsep Waralaba.....	28
2.1.3.1 Dasar-Dasar Waralaba .....	29
2.1.3.2 Jenis-Jenis Waralaba .....	31
2.1.3.3 Keuntungan dan Kerugian Waralaba .....	32
2.1.4 Kanvas Model Bisnis .....	34
2.1.4.1 <i>Value Proposition</i> .....	36
2.1.4.2 <i>Customer Segments</i> .....	36
2.1.4.3 <i>Channels</i> .....	37
2.1.4.4 <i>Customer Relationship</i> .....	37
2.1.4.5 <i>Revenue Streams</i> .....	37
2.1.4.6 <i>Key Activities</i> .....	38
2.1.4.7 <i>Key Partnership</i> .....	38
2.1.4.8 <i>Key Resources</i> .....	38
2.1.4.9 <i>Cost Structure</i> .....	38
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu .....	38
2.3. Kerangka Penelitian.....	41
<b>BAB III.....</b>	<b>43</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian .....	43
3.2 Level Analisis .....	43
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.3.1 Data Primer .....	45
3.3.2 Data Sekunder.....	45
3.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.5 Metode Analisis Data .....	47
3.5.1 Analisis Kanvas Model Bisnis .....	48
3.5.2 Analisis Keuangan .....	48
3.5.2.1 <i>Break Even Point (BEP)</i> .....	49

3.5.2.2 <i>Payback Period</i> (PP) .....	50
3.5.2.3 <i>Net Present Value</i> (NPV) .....	50
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>STRATEGI DAN RENCANA .....</b>	<b>52</b>
4.1 Kanvas Model Bisnis Marley Barbershop.....	52
4.1.1 <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai).....	53
4.1.2 <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan) .....	54
4.1.3 <i>Channel</i> (Saluran).....	54
4.1.4 <i>Customer Relations</i> (Hubungan Pelanggan).....	57
4.1.5 <i>Income Stream</i> (Arus Pendapatan) .....	57
4.1.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama).....	59
4.1.7 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci) .....	60
4.1.8 <i>Key Partners</i> (Mitra Utama) .....	61
4.1.9 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya) .....	62
4.2 Kerangka Bisnis Waralaba Marley Barbershop .....	63
4.2.1 Visi, Misi, Dan Tujuan .....	63
4.2.1.1 Visi .....	63
4.2.1.2 Misi .....	64
4.2.1.3 Tujuan .....	64
4.2.2 Rencana Pemasaran .....	64
4.2.2.1 Profil Produk dan Jasa.....	64
4.2.2.2 Strategi Penetapan Harga .....	67
4.2.2.3 Identifikasi Kompetitor .....	70
4.2.2.4 Identifikasi <i>Point of Parity</i> (POP) dan <i>Point of Difference</i> (POD) .....	71
4.2.2.4 Strategi Distribusi Pemasaran dan Promosi .....	72
4.2.3 Rencana Operasional .....	73
4.2.3.1 Proses Bisnis .....	73
4.2.3.2 Strategi Penjaminan Mutu.....	75
4.2.4 Rencana Sumber Daya Manusia .....	81

4.2.4.1 Struktur Organisasi.....	82
4.2.4.2 Perekrutan Sumber Daya Manusia.....	83
4.2.4.3 Sistem Penggajian .....	84
<b>BAB V.....</b>	<b>86</b>
<b>RENCANA AKSI.....</b>	<b>86</b>
5.1 Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan .....	86
5.1.1 Kegiatan Persiapan .....	86
5.1.2 Kegiatan Pemasaran.....	87
5.1.3 Kegiatan Operasional.....	88
5.1.4 Kegiatan Sumber Daya Manusia .....	88
5.1.5 Kegiatan Keuangan.....	89
5.2 Penanggung Jawab Kegiatan.....	89
5.2.1 Jadwal Kegiatan.....	91
5.3 Ukuran Kinerja .....	92
5.4 Mitigasi Resiko.....	93
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	94
5.6 Strategi Keluar.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Klasifikasi Biaya <i>Start-Up</i> dan Biaya Operasional.....	25
Tabel 2.2 Perbandingan Membuka Usaha Sendiri dan Membeli Waralaba .....	33
Tabel 2.3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Sumber Data Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Uraian Wawancara Kepada Calon Terwaralaba .....	46
Tabel 3.3 Uraian Wawancara Kepada Karyawan Marley Barbershop .....	46
Tabel 3.4 Uraian Wawancara Kepada Asosiasi .....	47
Tabel 4.1 Paket Hemat (Investasi Rp. 30.000.000).....	67
Tabel 4.2 Paket Medium (Investasi Rp. 50.000.000).....	68
Tabel 4.3 Paket Lengkap (Investasi Rp. 70.000.000) .....	69
Tabel 4.4 Kompetitor Marley Barbershop .....	71
Tabel 4.5 Identifikasi POP dan POD Marley Barbershop .....	72
Tabel 4.6 Identifikasi Strategi Promosi Marley Barbershop.....	73
Tabel 4.7 Proses Bisnis Marley Barbershop .....	75
Tabel 4.8 SOP Marley Barbershop .....	77
Tabel 5.1 Penanggung Jawab Marley Barbershop.....	90
Tabel 5.2 Jadwal Kegiatan Waralaba Marley Barbershop.....	92
Tabel 5.3 Mitigasi Resiko Waralaba Marley Barbershop.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Suasana Marley Barbershop.....	17
Gambar 1.2 Suasana Cabang Marley Barbershop.....	18
Gambar 2.1 <i>Alternative Corporate Growth Strategies</i> .....	27
Gambar 2.2 Pola Hubungan <i>Franchise</i> .....	31
Gambar 2.3 Kanvas Model Bisnis .....	36
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian .....	42
Gambar 3.1 Kanvas Model Bisnis .....	49
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis Marley Barbershop .....	52
Gambar 4.2 Marley Barbershop <i>Price List</i> .....	53
Gambar 4.3 Instagram Marley Barbershop .....	55
Gambar 4.4 Facebook Marley Barbershop .....	56
Gambar 4.5 <i>Website</i> Marley Barbershop .....	56
Gambar 4.6 Marley Barbershop <i>Member Card</i> .....	57
Gambar 4.7 Pelanggan Marley Barbershop .....	58
Gambar 4.8 Produk yang Dijual di Marley Barbershop .....	58
Gambar 4.9 Karyawan Marley Barbershop .....	57
Gambar 4.10 Suasana Marley Barbershop.....	60
Gambar 4.11 Produk Pomade Produksi Marley Barbershop .....	61
Gambar 4.12 Logo PPRG dan IBA.....	62
Gambar 4.13 Logo Marley Barbershop .....	65
Gambar 4.14 Struktur Organisasi.....	82