



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.1.1. Potensi Yogyakarta	3
1.1.1.1. Politik	4
1.1.1.2. Ekonomi	5
1.1.1.3. Sosial	7
1.1.1.4. Teknologi	9
1.1.1.5. Lingkungan Alam	10
1.1.1.6. Legalitas	11
1.1.2. Potensi Bisnis Donat Yogyakarta	13
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan	15
1.3. Rumusan Masalah	16
1.4. Pertanyaan Penelitian	17
1.5. Tujuan Penelitian	17
1.6. Manfaat Penelitian	17
1.7. Sistematika Penulisan	17



BAB II. LANDASAN TEORI	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Pengertian Rencana Bisnis	19
2.1.2. Manfaat Rencana Bisnis	19
2.2. Kerangka Penelitian	20
2.2.1. Visi	20
2.2.2. Misi	21
2.2.3. Nilai Inti	21
2.2.4. Rencana Pemasaran	22
2.2.4.1. Analisis Peluang dan Ancaman Pemasaran	22
2.2.4.2. Meneliti dan Memilih Pasar Sasaran	23
2.2.4.3. Menyusun Strategi Pemasaran	23
2.2.4.4. Mengembangkan Program Pemasaran	24
2.2.5. Rencana Operasional	24
2.2.5.1. Manusia, Mesin, Material, Metoda	25
2.2.5.2. Cetak Biru Pelayanan	25
2.2.6. Rencana Sumber Daya Manusia	27
2.2.7. Rencana Keuangan	28
2.2.8. Studi Kelayakan Bisnis	28
2.2.8.1. Kelayakan Ekonomi	29
2.2.8.1.1. Analisis Kelayakan	29
2.2.8.1.2. Analisis Sensitivitas	30
2.2.8.2. Kelayakan Non Ekonomi	30
2.2.9. Strategi Keluar	31
BAB III. METODA PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Metoda Pengumpulan Data	33
3.3. Instrumen Penelitian	34



3.4. Metoda Analisis Data	35
3.4.1. Analisis Finansial	35
3.4.2. Analisis Non Ekonomi	36
3.4.3. Analisis Sensitivitas	36
BAB IV. STRATEGI DAN RENCANA	37
4.1. Deskripsi Data	37
4.1.1. Analisis PESTEL	37
4.1.2. Analisis Survei Konsumen	38
4.1.3. Analisis Pesaing	41
4.2. Pembahasan	42
4.2.1. Misi, Visi, dan Nilai Inti	43
4.2.1.1. Misi	43
4.2.1.2. Visi	43
4.2.1.3. Nilai Inti	44
4.2.2. Rencana Pemasaran	45
4.2.2.1. Segmentasi, Menentukan Target, Menentukan Posisi	45
4.2.2.2. Bauran Pemasaran	46
4.2.2.2.1. Produk dan Layanan	46
4.2.2.2.1.1. Donat dan Minuman	46
4.2.2.2.1.2. Layanan	48
4.2.2.2.2. Harga	49
4.2.2.2.3. Lokasi	50
4.2.2.2.4. Promosi	52
4.2.2.3. Program Pemasaran	52
4.2.2.3.1. Media Cetak	53
4.2.2.3.2. Media Maya	53
4.2.2.3.3. Lima Langkah Meningkatkan Profit	54
4.2.3. Rencana Operasi	55



4.2.3.1. Manusia, Mesin, Material, Metoda	55
4.2.3.1.1. Metoda	55
4.2.3.1.2. Sumber Daya Manusia	57
4.2.3.1.3. Mesin	58
4.2.3.1.4. Material	59
4.2.3.2. Cetak Biru Pelayanan	60
4.2.3.2.1. Desain Cetak Biru Pelayanan	60
4.2.3.2.2. Desain Denah Gerai	62
4.2.4. Rencana Sumber Daya Manusia	63
4.2.4.1. Struktur Organisasi	63
4.2.4.2. Uraian Pekerjaan	64
4.2.4.3. Indikator Kinerja Utama	65
4.2.5. Rencana Keuangan	66
4.2.5.1. Investasi	66
4.2.5.2. Proyeksi Pemasukan	67
4.2.5.3. Proyeksi Pengeluaran	68
4.2.5.4. Proyeksi Laporan Keuangan	69
4.2.6. Analisis Kelayakan	71
4.2.7. Analisis Sensitivitas	71
4.2.8. Strategi Keluar	72
BAB V. RENCANA AKSI	73
5.1. Matrik Kegiatan	73
5.2. Ukuran Kinerja	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Merek Toko Jejaring Donat di Indonesia	3
Tabel 1.2. Perbandingan Inflasi Kota Yogyakarta dan Nasional (Januari–Desember 2012= 100), 2011- 2015	6
Tabel 1.3. Pengeluaran Rata-Rata per Kapita Sebulan untuk Makanan dan Non Makanan menurut Golongan Pengeluaran per Kapita Sebulan di D.I. Yogyakarta, 2015	6
Tabel 1.4. Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2015-2018	7
Tabel 1.5. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) DIY, 2015	8
Tabel 1.6. Anggaran Belanja APBN DIY Berdasarkan Program (2015-2016)	9
Tabel 1.7. Risiko Pendorong dan Penghambat Pertumbuhan Ekonomi DIY Triwulan 1 2017	13
Tabel 1.8. Merek Toko Donat di DIY	14
Tabel 2.1. Definisi Rencana Bisnis	19
Tabel 2.2. Manfaat Rencana Bisnis	20
Tabel 2.3. Analisis Peluang Menggunakan PESTEL	22
Tabel 2.4. Bauran Pemasaran	24
Tabel 2.5. Formulasi Lima Langkah Meningkatkan Laba Bisnis	24
Tabel 2.6. Manusia, Mesin, Material, Metoda	25
Tabel 2.7. Tahapan Rancangan Cetak Biru Pelayanan	26
Tabel 2.8. Keterangan Komponen Cetak Biru Pelayanan	26
Tabel 2.9. Rencana Sumber Daya Manusia Menurut Para Ahli	27
Tabel 2.10. Rencana Keuangan Menurut Para Ahli	28
Tabel 2.11. Metoda Penentuan Kelayakan Investasi	29
Tabel 3.1. Metoda Penilaian Kelayakan Proyek	35
Tabel 4.1. Analisis Data Menggunakan PESTEL	37
Tabel 4.2. Rekapitulasi Responden Pola Konsumsi Roti Pada Masyarakat Yogyakarta 2010	39



Tabel 4.3. Hasil Riset Pola Konsumsi Roti Pada Masyarakat Yogyakarta 2010	39
Tabel 4.4. Rata-Rata Motivasi Pembelian Roti Masyarakat Yogyakarta 2010	39
Tabel 4.5 Validasi Wawancara Penelitian Pola Konsumsi Roti Pada Masyarakat Yogyakarta	40
Tabel 4.6 Validasi Rata-Rata Motivasi Pembelian Roti Masyarakat Yogyakarta	40
Tabel 4.7. Analisis Bauran Pemasaran Kompetitor	41
Tabel 4.8. Segmentasi Konsumen DIY	45
Tabel 4.9. Indikator dan Besaran Target Pasar	45
Tabel 4.10. Kategori dan Variasi Rasa Abata Donuts	47
Tabel 4.11. Layanan Abata Donuts: <i>Take Away, Dine In, Delivery</i> dan <i>Baking Class</i>	48
Tabel 4.12. Harga Produk dan Pelayanan Abata Donuts	49
Tabel 4.13. Lima Langkah Meningkatkan Profit Program Media Cetak	54
Tabel 4.14. Lima Langkah Meningkatkan Profit Program Media Maya	54
Tabel 4.15. Kapasitas dan Rangkaian Waktu Produksi Harian Gerai Abata Donuts	56
Tabel 4.16. Tahapan Operasional Gerai Abata Donuts dan Mesin yang Digunakan	58
Tabel 4.17. Pembagian Rak Gudang Gerai Abata Donuts	60
Tabel 4.18. Jabatan, Jumlah dan Kemampuan Personel Gerai Abata Donuts	63
Tabel 4.19. Uraian Pekerjaan Personel Gerai Abata Donuts	64
Tabel 4.20. Indikator Kinerja Personel Gerai Abata Donuts	65
Tabel 4.21. Kebutuhan Investasi Gerai Abata Donuts	66
Tabel 4.22. Kebutuhan Biaya Awal Operasional April 2017	67
Tabel 4.23. Kebutuhan Investasi Ulang	67
Tabel 4.24. Produk dan Jasa Berikut Harga Jual dan Target Penjualan Harian	68
Tabel 4.25. Proyeksi Penjualan Abata Donuts Tahun 2017-2022	68
Tabel 4.26. Proyeksi Gaji Karyawan Gerai Abata Gerai Tahun 2017-2022	68
Tabel 4.27. Proyeksi Biaya Perbulan Gerai Abata Gerai Tahun 2017	69
Tabel 4.28. Proyeksi Pengeluaran Abata Donuts Tahun 2017-2022	69



Tabel 4.29. Proyeksi Neraca 30 April 2017, 31 Desember 2017, 31 Desember 2022	70
Tabel 4.30. Proyeksi Laba Rugi Mei 2017, Desember 2017, dan Tahun 2022	70
Tabel 4.31. Proyeksi Arus Kas April 2017, Desember 2017, dan Tahun 2022	70
Tabel 4.32. Analisis Kelayakan	71
Tabel 4.33. Analisis <i>Payback Period</i>	71
Tabel 4.34. Analisis Sensitivitas	71
Tabel 5.1. Rancangan Waktu Pra-Operasional Gerai Abata Donuts Yogyakarta	73
Tabel 5.2. Matriks Kegiatan Persiapan Gerai Abata Donuts Yogyakarta	74
Tabel 5.3. Tabel Ukuran Kinerja Gerai Abata Donuts 2017	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Penjualan Roti di Indonesia	1
Gambar 1.2. Perbandingan Pangsa Pasar Roti Produksi Massal Tiga Negara	2
Gambar 1.3. Perbandingan Model Bisnis Industri Roti Indonesia dan Penjualannya	2
Gambar 1.4. Peta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	3
Gambar 1.5. Gerai Abata Donuts Solo (Area <i>Display</i> dan Area Muka Gerai)	16
Gambar 2.1. Komponen Cetak Biru Pelayanan	26
Gambar 4.1. Logo Abata Donuts	43
Gambar 4.2. Kategori dan Varian Donat	47
Gambar 4.3. Desain Tampak Muka Gerai Abata Donuts	50
Gambar 4.4. Area <i>Dine In</i> Gerai Abata Donuts	51
Gambar 4.5. Area <i>Frontliner</i> dan <i>Open Kitchen</i> Gerai Abata Donuts	51
Gambar 4.6. Contoh Promosi Abata Donuts Jenis Tematik dan Periodik	52
Gambar 4.7. Contoh Promosi Menggunakan Media Cetak	53
Gambar 4.8. Contoh Promosi Menggunakan Media Maya	54
Gambar 4.9. Alur Produksi dan <i>Frontliner</i> Gerai Abata Donuts	55
Gambar 4.10. Alur Bahan Baku dan Bahan Habis Pakai Gerai Abata Donuts	59
Gambar 4.11. Cetak Biru Pelayanan Makan di Tempat atau di Bawa Pulang Gerai Abata Donuts	60
Gambar 4.12. Cetak Biru Pelayanan Pesan Antar Gerai Abata Donuts	61
Gambar 4.13. Denah Tata Letak Gerai Abata Donuts	62
Gambar 4.14. Struktur Organisasi Gerai Abata Donuts	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Proyeksi Penjualan Produk dan Jasa Abata Donuts

Lampiran 2 Proyeksi Pengeluaran Gaji Karyawan

Lampiran 3 Proyeksi Pengeluaran Biaya Operasional

Lampiran 4 Proyeksi Arus Kas 2017

Lampiran 5 Proyeksi Arus Kas 2017-2022

Lampiran 6 Proyeksi Laba Rugi 2017

Lampiran 7 Proyeksi Laba Rugi 2017-2022

Lampiran 8 Proyeksi Neraca 2017

Lampiran 9 Proyeksi Neraca 2017-2022

Lampiran 10 Analisis NPV, IRR, PP, dan Sensitivitas

Lampiran 11 Rekapitulasi Prioritas Konsumsi Roti Responden

Lampiran 12 Transkrip Wawancara Responden