

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
Bab I Latar Belakang	1
1.1. Analisis Lingkungan Eksternal	1
1.1.1. Pemain Utama Dalam Industri.....	1
1.1.2. Sasaran Utama.....	2
1.1.3. Karakteristik Demografi.....	4
1.2. Analisis Lingkungan Internal	7
1.2.1. Profil Perusahaan	7
1.2.2. Status Kepemilikan	7
1.2.3. Rencana Pendirian Lokasi Perusahaan.....	7
1.2.4. Sumber Daya dan Fasilitas.....	8
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
Bab II Landasan Teori	13
2.1. Perencanaan Bisnis.....	13
2.1.1. Pengertian Perencanaan Bisnis	13

2.1.2. Tujuan Perencanaan Bisnis	14
2.1.3. Manfaat Perencanaan Bisnis	16
2.1.4. Alasan Pembuatan Perencanaan Bisnis.....	17
2.1.5. Cakupan Perencanaan Bisnis	18
2.2. Perencanaan Fungsional.....	20
2.2.1. Perencanaan Pemasaran	20
2.2.1.1. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	17
2.2.1.2. Analisis SWOT	25
2.2.1.3. <i>Porter's Five Forces Model</i>	27
2.2.1.4. <i>Business Model Canvas</i>	28
2.2.2. Perencanaan Operasional	35
2.2.3. Perencanaan Keuangan	38
2.2.4. Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	42
2.3. <i>Empathy Map</i>	44
2.4. Promosi	46
2.4.1. Strategi promosi	46
2.4.2. <i>Designing Promotion Strategy</i>	46
2.4.3. <i>Advertising</i>	46
2.4.4. <i>Personal Selling</i>	48
2.4.5. <i>Sales Promotion</i>	49
2.4.6. <i>Publishing</i>	51
2.4.7. <i>Direct Marketing</i>	52
2.5. Harga	53
2.5.1. Tujuan Penetapan Harga	54
2.5.2. Strategi penetapan harga	56
2.6. Rambut Palsu	58
2.6.1. Pengertian Rambut Palsu	58
2.6.2. Macam – macam rambut palsu	59
2.7. Visi dan Misi	62
2.8. POP (<i>point of parity</i>) dan POD (<i>points of difference</i>)	62

Bab III Metode Riset.....	64
3.1. Level Analisis	64
3.2. Sumber Data	64
3.3. Metode Pengumpulan Data	65
3.4. Metode Analisis Data	65
3.4.1. Analisis Industri	66
3.4.2. Visi, Misi, dan Tujuan.....	66
3.4.3. Analisis Pemasaran	66
3.4.4. Rencana Operasional.....	66
3.4.5. Analisis Keuangan	66
3.4.6. Analisis Sumber Daya Manusia	66
Bab IV Strategi dan Rencana	67
4.1. Analisis Situasi	67
4.1.1. Analisis <i>Porter's Five Forces Model</i>	67
4.1.2. Analisis <i>Business Model Canvas</i>	71
4.2. Marketing Plan	82
4.2.1. Profil Indowig	82
4.2.2. Produk Indowig.....	82
4.2.3. Kualifikasi Rambut Palsu.....	85
4.2.4. Visi dan Misi	86
4.2.5. Pelanggan potensial.....	86
4.2.6. Identifikasi Segmen Sasaran	88
4.2.7. Strategi Harga.....	91
4.2.8. Strategi distribusi	91
4.2.9. Strategi promosi	92
4.2.9.1. Menentukan Sasaran Promosi	93
4.2.9.2. Menentukan Peran Komponen Promosi	98
4.2.9.3. Alokasi Anggaran Promosi	102
4.2.9.4. Strategi Komponen Promosi	102
4.2.10. POP (<i>point of parity</i>) dan POD (<i>points of difference</i>).....	105

4.2.11. <i>Empathy map</i> Pelanggan	106
4.2.12. Gambaran Pesaing	108
4.3. Segmen Operasional	110
4.3.1. Proses Bisnis	110
4.3.2. Kegiatan Bisnis Inti	112
4.3.3. Kontrol Operasional	112
4.3.4. Pemilihan lokasi	116
4.3.5. Pemasok dan rekan <i>outsourcing</i>	116
4.3.6. Efisiensi dan efektifitas bisnis	116
4.4. Segmen Sumber Daya Manusia	117
4.4.1. Struktur Organisasi	117
4.4.2. Kualifikasi Sumber Daya Manusia	118
4.4.3. Jumlah Sumber Daya Manusia dan Deskripsi Pekerjaan	119
4.4.4. Perekrutan dan Seleksi Sumber Daya Manusia	123
4.4.5. Kompensasi Karyawan	124
4.4.6. Konsultan dan spesialis yang dibutuhkan	126
4.4.7. Menerapkan rencana dan kontrol dalam kegiatan bisnis	127
4.4.8. Bentuk Hukum Kepemilikan	127
4.4.9. Lisensi atau izin yang diinginkan	128
4.5. Segmen Keuangan	131
4.5.1. Biaya Investasi Awal	132
4.5.2. Depresiasi	132
4.5.3. Sumber Dana	132
4.5.4. Perhitungan Perkiraan Jumlah Biaya	133
4.5.5. Analisis sensitivitas	135
4.5.6. Manajemen Risiko	140
4.5.7. Strategi Keluar	141
Bab 5 Rencana Aksi	143
5.1. Perencanaan	143
5.2. Penanggung Jawab	144



5.3. Ukuran Kinerja	144
5.4. Waktu	145
Daftar Pustaka.....	148
Lampiran	150
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	150
Lampiran 2. Rekap Wawancara	151

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	<i>Business Model Canvas</i> Indowig.....	72
Tabel 4.2.	Kualifikasi Rambut Palsu Berdasarkan Bahan Baku	85
Tabel 4.3.	Kualifikasi Rambut Palsu Berdasarkan Cara Pembuatan.....	86
Tabel 4.4.	Alokasi Anggaran Promosi.....	102
Tabel 4.5.	<i>Empathy Map</i> Pengguna Rambut Palsu	106
Tabel 4.6.	<i>Empathy Map</i> Bukan Pengguna Rambut Palsu	107
Tabel 4.7.	Kualifikasi Karyawan.....	118
Tabel 4.8.	Investasi Awal	132
Tabel 4.9.	Depresiasi	132
Tabel 4.10.	Struktur gaji tahun pertama	133
Tabel 4.11.	Struktur gaji tahun kedua dan selanjutnya.....	133
Tabel 4.12.	Biaya operasional tahun pertama.....	135
Tabel 4.13.	Biaya operasional tahun kedua dan selanjutnya.....	135
Tabel 4.14.	Skenario normal analisis sensitivitas keuangan	137
Tabel 4.15.	Skenario pesimis analisis sensitivitas keuangan.....	138
Tabel 4.16.	Skenario optimis analisis sensitivitas keuangan.....	139
Tabel 4.17.	Manajemen risiko	140
Tabel 5.1.	Perencanaan.....	143
Tabel 5.2.	Perencanaan Waktu Aksi Lima Tahun	146
Tabel 5.3.	Perencanaan Waktu Aksi Tahunan.....	146
Tabel 5.4.	Perencanaan Waktu Aksi Bulanan	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Jenis Kelamin Sensus Penduduk 2010	4
Gambar 1.2.	Komposisi Penduduk Wanita Berdasarkan Umur Sensus Penduduk 2010	5
Gambar 1.3.	Komposisi Penduduk Wanita Berdasarkan Pulau Sensus Penduduk 2010	6
Gambar 1.4.	Rencana Cabang Indowig.....	8
Gambar 1.5.	Susunan Organisasi	9
Gambar 2.1.	<i>Porter's Five Forces Model</i>	27
Gambar 2.2.	<i>Business Model Canvas</i>	28
Gambar 2.3.	Empathy Map	45
Gambar 4.1.	<i>Business Model Canvas</i>	71
Gambar 4.2.	Tampilan Indowig.com.....	77
Gambar 4.3.	Tampak Depan Brosur Indowig	78
Gambar 4.4.	Tampak Belakang Brosur Indowig.....	78
Gambar 4.5.	Komposisi Penduduk Wanita Berdasarkan Umur Pelanggan Potensial Sensus Penduduk 2010	87
Gambar 4.6.	Rencana Cabang Indowig.....	92
Gambar 4.7.	Merancang Strategi Promosi	92
Gambar 4.8.	Contoh Stand Banner Indowig	100
Gambar 4.9.	Contoh Katalog Indowig	100
Gambar 4.10.	Contoh Brosur Indowig	101
Gambar 4.11.	Gambaran pesaing (Scarlet)	108
Gambar 4.12.	Gambaran pesaing (Mangga Dua).....	109
Gambar 4.13.	Gambaran pesaing (Bandung)	109
Gambar 4.14.	Proses Bisnis Indowig	110
Gambar 4.15.	SOP Penerimaan Barang	113
Gambar 4.16.	SOP Penjualan Barang	114
Gambar 4.17.	SOP Peminjaman Barang	115