

## DAFTAR ISI

1.1	Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2	Lingkungan Internal Perusahaan.....	12
1.3	Rumusan Masalah .....	16
1.4	Pertanyaan Penelitian .....	16
1.5	Tujuan Penelitian .....	16
1.6	Manfaat Penelitian .....	17
1.7	Ruang Lingkup Penelitian.....	17
1.8	Sistematika Penulisan .....	18
2.1	Pengertian Produk .....	20
2.1.1	Pengertian <i>Wine</i> .....	20
2.2	Model Teoritikal .....	23
2.2.1	<i>Nine Building Blocks</i> .....	23
2.2.1.1	Proposisi Nilai.....	25
2.2.1.2	Segmentasi pelanggan.....	26
2.2.1.3	Saluran .....	27
2.2.1.4	Hubungan Pelanggan .....	28
2.2.1.5	Arus Pendapatan .....	29
2.2.1.6	Sumber Daya Kunci .....	29
2.2.1.7	Aktifitas kunci.....	30
2.2.1.8	Sumber Kerjasama .....	30
2.2.1.9	Struktur biaya.....	31

2.2.2 Desain.....	32
2.2.3 Strategi .....	34
2.2.3.1 Evaluasi Model Bisnis .....	34
2.2.4 Perencanaan Bisnis Berbasis Aspek Fungsional.....	43
2.2.4.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
2.2.4.2 Rencana Pemasaran .....	44
2.2.4.3 Rencana Operasional .....	45
2.2.4.4 Rencana Sumber Daya Manusia .....	46
2.2.4.5 Rencana Finansial .....	46
2.2.4.6 Strategi Keluar .....	47
3.1 Level Analisis .....	48
3.2 Sumber Data.....	48
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4 Teknik Analisis Data.....	52
3.4.1 Model Bisnis Kanvas .....	53
3.4.2 Analisis SWOT .....	53
3.4.3 Analisis Pemasaran .....	55
3.4.3.1 Ringkasan Target Pasar.....	55
3.4.3.2 Demografi Pasar.....	55
3.4.3.3 Kebutuhan Pasar .....	55
3.4.3.4 Tren Pasar .....	56
3.4.3.5 Ukuran Pasar .....	56
3.4.4 Analisis Keuangan .....	56

3.4.4.1	<i>Net Present Value</i> .....	57
3.4.4.2	<i>Internal Rate of Return</i> .....	57
3.4.4.3	<i>Payback Period</i> .....	58
3.4.5	Analisis Operasional .....	58
3.4.6	Analisis Sumber Daya Manusia .....	59
4.1	Kanvas Model Bisnis PT. Jakarta Wine Shop .....	61
4.2	Peta Empati .....	61
4.3	Pengembangan Model Bisnis .....	67
4.3.1	Visi, Misi, dan Tujuan .....	70
4.3.2	Segmen Pelanggan .....	72
4.3.3	Hubungan Pelanggan .....	73
4.3.4	Proposisi Nilai .....	74
4.3.5	Saluran .....	76
4.3.6	Arus Penerimaan .....	77
4.3.7	Aktivitas Kunci .....	77
4.3.8	Sumber Daya Kunci .....	79
4.3.9	Mitra Kunci .....	79
4.3.10	Struktur Biaya .....	80
4.3.11	<i>Big Picture Assessment</i> .....	80
4.4	Perencanaan Bisnis Berbasis Aspek Fungsional .....	85
4.4.1	Visi dan Misi Perusahaan .....	85
4.4.2	Rencana Pemasaran .....	86
4.4.2.1	Uji Respon Pelanggan .....	86

4.4.2.2	Profil Produk PT. Jakarta Wine Shop .....	87
4.4.2.3	Pesaing .....	94
4.4.2.4	Penempatan ( <i>positioning</i> ) .....	96
4.4.2.5	Penetapan Harga .....	96
4.4.2.6	Pertumbuhan Pelanggan.....	98
4.4.2.7	Distribusi.....	100
4.4.2.8	Strategi Iklan dan Promosi.....	101
4.4.3	Rencana Operasi .....	101
4.4.4	Sumber Daya Manusia .....	106
4.4.4.1	Kesepakatan Kerja .....	111
4.4.4.2	Administrasi Umum dan Aspek Khusus.....	113
4.4.5	Rencana Finansial .....	114
4.4.5.1	Modal Awal .....	115
4.4.5.2	Proyeksi jumlah penjualan produk PT. Jakarta Wine Shop.....	116
4.4.5.3	Analisis Hasil Perhitungan Proyeksi Keuangan .....	118
4.4.6	Analisis Sensitivitas .....	122
4.4.7	Logo dan Prototipe Tampilan <a href="http://www.jakartawine.co.id">www.jakartawine.co.id</a> .....	123
4.4.8	Strategi Keluar .....	126
4.4.9	Analisis Dampak Lingkungan.....	127
5.1	Waktu dan Kegiatan.....	131
5.2	Penanggung Jawab .....	136
5.3	Ukuran Kinerja.....	137

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Rumah Tangga Berpendapatan Rendah dan Rumah Tangga Berpendapatan Menengah – Atas berdasarkan Garis KHC 2014 – DKI Jakarta.....	4
Gambar 1.2 Macam-Macam <i>Wine</i> .....	5
Gambar 1.3 Persentase Pengeluaran Rumah Tangga untuk Makanan dan bukan Makanan periode 1999-2013 .....	11
Gambar 1.4 Manila-Wine website .....	13
Gambar 2.1 Berbagai Macam Minuman <i>Wine</i> .....	22
Gambar 2.2 Nine Building Blocks .....	25
Gambar 2.3 Emphaty Map, salah satu desain Customer Insight.....	34
Gambar 2.4 Contoh Evaluasi Model Bisnis Amazon.com 2005 .....	34
Gambar 2.5 Kerangka SWOT .....	36
Gambar 3.1 Evaluasi Model Bisnis.....	54
Gambar 4.1 Kanvas Model Bisnis PT. Jakarta Wine Shop.....	61
Gambar 4.2 Peta Empati Penyuka <i>Wine</i> .....	62
Gambar 4.3 Peta Empati untuk Responden yang Berbelanja di <i>Online Shopping</i>	63
Gambar 4.4 Flyer mengenai Wine Expo di Jakarta .....	77
Gambar 4.5 Salah satu event di kelas Wine .....	78
Gambar 4.6 Salah satu acara kelas Wine dengan ahli Wine .....	78

Gambar 4.7 <i>Big Picture Assessment</i> Kelemahan dan Kekuatan pada Model Bisnis .....	83
Gambar 4.8 Salah Satu Peluang Hubungan Pelanggan Jakarta Wine untuk Runners.....	83
Gambar 4.9 Analisa Peluang pada Model Bisnis.....	84
Gambar 4.10 Analisa Ancaman pada Model Bisnis .....	84
Gambar 4.11 Produk wine.....	88
Gambar 4.12 Premium Beer.....	89
Gambar 4.13 Penjualan fine-dining dan keju.....	89
Gambar 4.14 Halaman untuk Wedding Wine .....	90
Gambar 4.15 Halaman untuk keanggotaan .....	92
Gambar 4.16 Kelas wine oleh Yohan Handoyo.....	93
Gambar 4.17 Pesaing Langsung dari <a href="http://www.jakartawine.co.id">www.jakartawine.co.id</a> .....	94
Gambar 4.18 Kurva Long Tail .....	104
Gambar 4.19 Skema Organisasi Perusahaan.....	109
Gambar 4.20 Logo Jakarta Wine .....	123
Gambar 4.21 Prototipe Produk <a href="http://www.jakartawine.co.id">www.jakartawine.co.id</a> .....	124

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan dan Pekerja Asing di DKI Jakarta Menurut Jenis Kelamin 2010-2013 .....	2
Tabel 1.2 Penduduk Usia 15 Tahun Keatas yang Bekerja Selama Seminggu Yang Lalu Menurut Pendidikan Tertinggi yang ditamatkan, 2013.....	3
Tabel 1.3 Perbandingan Pemain-Pemain Utama Industri <i>Wine</i> di Jakarta.....	9
Tabel 2.1 Beberapa jenis minuman <i>wine</i> .....	21
Tabel 2.2 Fakta dan Mitos <i>Wine</i> .....	22
Tabel 2.3 Penilaian Kelemahan dan Kekuatan di <i>Nine Building Blocks</i> .....	37
Tabel 2.4 Penilaian Ancaman di <i>Nine Building Blocks</i> .....	39
Tabel 2.5 Penilaian Peluang di <i>Nine Building Blocks</i> .....	41
Tabel 3.1 Daftar Nama Informan Pelanggan Wine Shop dan Wine Lounge.....	51
Tabel 4.1 Rangkuman Empati Map Pelanggan <i>Online Shopping</i> .....	63
Tabel 4.2 Rangkuman Peta Empati Penyuka <i>Wine</i> .....	65
Tabel 4.3 Rangkuman Transkrip Wawancara .....	67
Tabel 4.4 Analisa Kekuatan dan Kelemahan pada Sembilan Blok.....	80
Tabel 4.5 Analisa Ancaman pada Sembilan Blok.....	81
Tabel 4.6 Analisa Peluang pada Sembilan Blok .....	82
Tabel 4.7 Daftar Pesaing Langsung .....	95
Tabel 4.8 Range Harga Minuman Satuan Jakarta Wine Shop .....	97
Tabel 4.9 Harga untuk minuman paketan .....	97

Tabel 4.10 Harga untuk produk lainnya.....	98
Tabel 4.11 Prospek Penjualan Produk Tahun Pertama .....	98
Tabel 4.12 Prospek Penjualan 5 Tahun Kedepan.....	100
Tabel 4.13 Modal Awal yang dibutuhkan.....	115
Tabel 4.14 Modal Awal yang dibutuhkan Selama 1 Tahun.....	116
Tabel 4.15 Proyeksi Penjualan Produk Pesimis.....	117
Tabel 4.16 Proyeksi Penjualan Produk Normal .....	117
Tabel 4.17 Proyeksi Penjualan Produk Optimis .....	118
Tabel 4.18 Ringkasan Ketiga Skenario .....	122
Tabel 5.1 Rencana Jadwal Kegiatan PT. Jakarta Wine Shop .....	132



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisis Finansial Pesimis .....	140
Lampiran 2 Analisis Finansial Normal .....	141
Lampiran 3 Analisis Finansial Optimis.....	142
Lampiran 4 Daftar Harga Produk Satuan.....	143