

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAKSI.....	ii
SURAT TANDA PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
CURRICULUM VITAE	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian terdahulu.....	12
2.2 Landasan teori	12
2.2.1. Wirausaha.....	12
2.2.2. Perencanaan Usaha (<i>Businees Plan</i>)	16
2.2.3. <i>E-Marketing</i>	18
2.2.4. Formulasi Strategi	21
2.3. Analisis SWOT	26
2.3.1. Tujuan Analisis SWOT	29
2.3.2. Manfaat Analisis SWOT	30
2.3.3. Penentuan Nilai Faktor Internal dan Eksternal	30

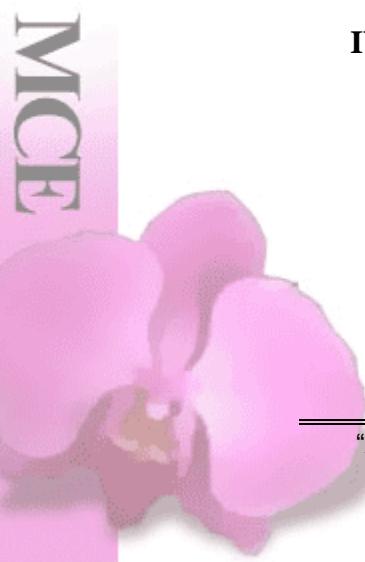
2.3.4. Penentuan Strategi.....	31
2.4. Analisis Lingkungan Usaha	34
2.4.1. Analisis terhadap lingkungan eksternal	37
2.4.2. Analisis terhadap lingkungan internal	39
2.4.3. Analisis strategi Persaingan Porter	39
2.5. Aspek Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	42
2.5.1. Gambaran Umum Pasar (STP).....	42
2.5.2. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar	43
2.5.3. Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing	43
2.6. Aspek Operasional (<i>Operational</i>)	45
2.6.1. Produk	45
2.6.2. Kegunaan / fungsi produk	46
2.6.3. Proses Produksi	47
2.7. Aspek Keuangan (<i>Financial</i>)	47
2.7.1. Proyeksi Keuangan.....	48
2.8. Rancangan Penelitian	49

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Sumber Data.....	50
3.3 Studi Penelitian	52
3.4 Model Pengelolaan Data	52

IV. ANALISIS dan PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan	53
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	53
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.1.3. Merk (<i>Brand</i>).....	57
4.1.4. Konsep Promosi	63



4.1.5. Target Pelanggan.....	64
4.2. Analisis Perusahaan	65
4.2.1. Analisis Industri	65
4.3. Aspek Operasional (Operational)	66
4.3.1. Produk	67
4.3.2. Proses Produksi	68
4.3.3. Bahan Baku dan penggunaannya	69
4.3.4. Kapasitas Produksi	72
4.3.5. Rencana Pengembangan Produksi	73
4.3.6. Perencanaan Organisasi.....	74
4.3.7. Lokasi, Tanah, dan Bangunan	76
4.3.8. Tenaga Kerja Langsung	77
4.3.9. Biaya Umum Produksi	77
4.3.10. Pengelolaan Limbah.....	77
4.3.11. Analisis Sumber Daya Manusia (SDM).....	78
4.3.12. Analisis Kebutuhan dan Pengembangan	79
4.4. Aspek Pemasaran (<i>Marketing</i>)	79
4.4.1. Keunggulan yang dimiliki	79
4.4.2. Target atau Segmen Pasar yang dituju	80
4.4.3. Trend Pengembangan Pasar	81
4.4.4. Rencana dan Strategi Pemasaran.....	84
4.4.5. Kegiatan Promosi	87
4.4.6. Analisis Pesaing	88
4.4.7. Strategi Pemasaran Pesaing.....	90
4.4.8. Saluran Distribusi.....	91
4.4.9. Rencana Pengembangan.....	92
4.4.10. Perencanaan Pemanfaatan TI	93
4.5. Aspek Keuangan (<i>Financial</i>)	95
4.5.1. Sumber-sumber permodalan	95

4.5.2. Perhitungan biaya awal produksi <i>Uswa Modesty Fashion</i>	95
4.5.3. Perhitungan biaya dan penerimaan keuntungan	96
4.5.4. Analisis keuangan (<i>financial</i>)	99
4.6. Analisis Dampak dan Risiko Usaha	106
4.6.1. Dampak terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan	106
4.6.2. Analisis risiko usaha.....	107
4.6.3. Antisipasi risiko usaha	108
4.7. Analisis Lingkungan Bisnis	109
4.7.1. Analisis SWOT	109
4.7.2. Analisis dan Pembahasan	112
V. KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	
PENENTUAN DOSEN PEMBIBINGM_{BAB I s.d III}	
KARTU BIMBINGAN BAB I s.d III	
PENENTUAN DOSEN PEMBIMBING BAB 1V s.d V	
KARTU BIMBINGAN BAB 1V s.d V	
LAMPIRAN	