

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Teori yang Digunakan .....	17
2.1.1 Kewirausahaan.....	17
2.1.2 Bisnis .....	17
2.1.3 <i>Preliminary Screening</i> .....	18
2.1.4 Evaluasi Bisnis .....	19
2.1.5 Rencana Bisnis ( <i>Business Plan</i> ) .....	21
2.1.5.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	22
2.1.5.2 Aspek Pasar .....	26
2.1.5.3 Aspek Pemasaran.....	28
2.1.5.4 Aspek Operasional.....	34
2.1.5.5 Aspek Sumber Daya Manusia .....	37
2.1.5.6 Aspek Legalitas .....	39
2.1.5.7 Aspek Manajemen dan Organisasi .....	40
2.1.5.8 Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan .....	41
2.1.5.9 Aspek Keuangan.....	43
2.1.5.10 Strategi Bisnis.....	50
2.2 Penelitian Terdahulu.....	52
2.3 Kerangka Berfikir .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>55</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	55
3.2 Lokasi Penelitian .....	55
3.3 Objek Penelitian .....	55
3.4 Jenis Data.....	56
3.4.1 Data Primer.....	56
3.4.2 Data Sekunder.....	56

3.5 Metode Pengumpulan Data .....	56
3.5.1 Wawancara .....	57
3.5.2 Observasi .....	57
3.5.3 Dokumentasi .....	57
3.6 Metode Analisis Permasalahan .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1 Rasio Perbandingan ( <i>Comparative Rating</i> ) .....	61
4.1.2 Visi dan Misi .....	61
4.1.2.1 Visi .....	62
4.1.2.2 Misi .....	62
4.1.3 Analisis Diri (SWOT) .....	62
4.2 Analisis Lingkungan .....	65
4.2.1 <i>Business Model Canva</i> .....	65
4.2.2 Aspek Pasar .....	70
4.2.3 Aspek Pemasaran .....	72
4.2.3.1 Analisis STP .....	73
4.2.3.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	78
4.2.4 Aspek Operasional .....	91
4.2.5 Aspek Sumber Daya Manusia .....	98
4.2.6 Aspek Legalitas .....	101
4.2.7 Aspek Manajemen dan Organisasi .....	102
4.2.8 Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan .....	103
4.2.9 Aspek Keuangan .....	104
4.2.9.1 Kondisi Bisnis dan Parameter Perhitungan .....	105
4.2.9.2 Komponen Biaya Investasi dan Operasional .....	116
4.2.9.3 Sumber Dana .....	118
4.2.9.4 Harga Penjualan Produk .....	120
4.2.9.5 Proyeksi Penjualan .....	121
4.2.9.6 Proyeksi Pendapatan .....	122
4.2.9.7 Laporan Keuangan .....	123
4.2.9.8 Analisis Keberlangsungan Usaha .....	126
4.2.10 Strategi Bisnis .....	142
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>143</b>
5.1 Kesimpulan .....	143
5.2 Saran .....	147
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>157</b>