

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
Halaman Pengesahan	i
Motto	ii
Persembahan	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
BAB I	
Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Jenis-Jenis Bahan	6
1.3. Analisis Situs Pasar	7
1.3.1. Gambaran Umum Lingkungan Usaha	7
1.3.2. Lingkungan Pasar	9
1.3.2.1. Lingkungan Internal	9
1.3.2.2. Lingkungan Eksternal	10
1.3.3. Prospek Pasar	12
1.4. Analisis Lingkungan	14
1.4.1. Ekonomi	14
1.4.2. Sosial	14

1.4.3. Konsumen	15
1.4.4. Pesaing	15
1.5. Analisis SWOT	16
1.5.1. Strength (Kekuatan)	16
1.5.2. Weakness (Kelemahan)	16
1.5.3. Opportunity (Kesempatan)	16
1.5.4. Threat (ancaman)	17
1.6. Strategi Pemasaran	17
1.6.1. Strategi STP	17
1.7. Perencanaan Usaha	20
1.7.1. Data Usaha	20
1.7.2. Produk	21
1.7.3. Harga	21
1.7.4. Distribusi	21
1.7.5. Promosi	22
1.8. Aspek Teknis dan Operasi	22
1.8.1. Kapasitas Produk	22
1.8.2. Proses Produksi	22
1.9. Keuangan	25
1.9.1. Biaya Tetap	25
1.9.2. Biaya Variabel	26

1.9.3. Penjualan	27
1.9.4. Break Even Point	29
1.9.5. ROI	30
1.9.6. Payback Period(PP)	31

BAB II

Implementasi	32
2.1. Pemasaran	32
2.1.1. Strategi pemasaran modern STP dalam bisnis plan PAPADENIM diantaranya adalah	32
2.1.2. Varian Produk	32
2.1.3. Atribut Produk	34
2.1.4. Harga	35
2.1.5. Distribusi	36
2.1.6. Promosi	36
2.1.7. Lokasi Operasi	37
2.1.8. Proses Produksi	38
2.1.9. Mesin dan Peralatan	39
2.1.10. Tenaga Kerja	39
2.1.11. Realisasi Penjualan	39
2.1.12. Payback Periode	48
2.1.13. Break Even Point	49

BAB III

Evaluasi	50
3.1. Pembahasan	50

BAB IV

Rencana Keberlanjutan	56
4.1. Rencana Selanjutnya	56

BAB V

Kesimpulan dan Saran	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	57
Daftar Pustaka	i
Lampiran	ii