

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BIOGRAFI PENULIS	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Wirausaha	5
1.3. Manfaat Wirausaha	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Konsep Pemasaran	7
2.1.2. Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah	
(UMKM)	8
2.1.3. Keberhasilan Pemasaran	9
2.1.4. Strategi Pemasaran	9
2.1.5. Bauran Pemasaran 4P.....	10
2.1.6. Pasar Sasaran dan Karakteristik Konsumen.....	13
2.1.7. Kesesuaian Bauran Pemasaran dengan Pasar Sasaran	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14

III. BUSINESS PLAN	17
3.1 Exsecutive Summary	17
3.1.1. Deskripsi Usaha Produk	17
3.1.2. Alasan Kelayakan Usaha atau Bisnis	20
3.2 Analisis Pasar	20
3.2.1. Analisis Kompetitor	20
3.2.2. Peluang Pasar	21
3.3 Strategi Pemasaran	22
3.3.1. Strategi Posisi Produk	22
3.3.2. Strategi Pemasaran (STP)	22
3.3.3. Strategi Penjualan	26
3.3.4. Harga Produk	26
3.3.5. Pembuatan Desain Produk dan Labelisasi	27
3.4 Manajemen Resiko	28
3.4.1. Identifikasi Risiko Bisnis	28
3.4.2. Strategi Mitigasi	29
3.5 Bisnis Model Canvas (BMC)	31
3.6 Rencana Keuangan	36
3.6.1. Proyeksi Pendapatan	36
3.6.2. Proyeksi Biaya	37
3.6.3. Analisis Break Even Point (BEP)	39
3.6.4. Sumber Pendanaan	40
3.6.5. Proyeksi Arus Kas	41
IV. METODE PELAKSANAAN	43
4.1 Tempat dan Waktu	43
4.2 Kebutuhan Sumberdaya	43
4.2.1 Sumberdaya Manusia (Tenaga Kerja)	43
4.2.2 Alat dan Bahan	44
4.3 Proses Produksi dan Pengemasan	45
4.4 Jadwal Kegiatan	47
4.5 Populasi dan Sampel	50
4.6 Teknik Pengumpulan Data	50

4.7 Teknik Analisis Data	51
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
5.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pemasaran.....	54
5.1.1. Faktor Produk dalam Keberhasilan Pemasaran.....	54
5.1.2. Faktor Harga dalam Keberhasilan Pemasaran	55
5.1.3. Faktor Promosi dan Distribusi dalam.....	
Keberhasilan Pemasaran	55
5.2. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (4P)	56
5.3. Pelaksanaan Penerapan Bauran Pemasaran (4P)	60
5.3.1. Produk (<i>Product</i>)	61
5.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	62
5.3.3. Tempat (<i>Placet</i>)	62
5.3.4. Promosi (<i>Promotiont</i>).....	63
5.4. Kesesuaian Bauran Pemasaran dengan Karakteristik	
Pasar Sasaran	64
5.5. Umpan Balik Pasar	64
5.6. Omzet dan Keuntungan Usaha.....	68
5.7. Perbaikan Business Plan	70
VI. REFLEKSI.....	72
6.1. Pembelajaran dan Proses.....	72
6.1.1. Deskripsi Pelajaran Positif.....	72
6.1.2. Manfaat Kegiatan Kewirausahaan	72
6.1.3. Manfaat Kegiatan Wirausaha terhadap	
Pengembangan Kemampuan Kognitif	73
6.2. Hambatan dan Solusi	74
6.3. Rekomendasi Keberlanjutan Usaha	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76