

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
BIOGRAFI	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Kegiatan Kewirausahaan.....	3
1.3. Manfaat Kegiatan Wirausaha	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. Strategi Pemasaran	5
2.1.2. Tujuan Pemasaran	6
2.1.3. Bauran Pemasaran pada Usaha BrowniePop	8
III. BUSINESS PLAN.....	13
3.1 Executive Summary	13
3.1.1 Profil Singkat Usaha	13
3.1.2 Deskripsi Produk/Jasa	14

3.2 Aspek Umum dan Legalitas	14
3.3. Aspek Ekonomi dan Pemasaran	18
3.3.1. Analisa Potensi Permintaan dan Penawaran.....	18
3.3.2. Target Pasar	19
3.3.3. Analisis Kompetitor.....	20
3.4. Strategi Pemasaran	21
3.4.1 Strategi Posisi Produk	21
3.4.2. Strategi Promosi	21
3.4.3. Strategi Penjualan	22
3.4.4. Harga Produk	23
3.4.5. Desain Produk dan Labelisasi	24
3.5. Strategi Mitigasi	25
3.6. Rencana Penjualan	26
3.7. Bisnis Model Canvas.....	28
3.7.1 Customer Segments.....	30
3.7.2 Value Propositions.....	30
3.7.3 Channels	31
3.7.4 Customer Relationships.....	31
3.7.5 Revenue Streams	31
3.7.6 Key Resources.....	31
3.7.7 Key Activities.....	32
3.7.8 Key Partnerships	32
3.7.9 Cost Structure.....	32
3.8. Rencana Keuangan	33
3.8.1. Sumber Pendanaan	33
3.8.2. Proyeksi Penerimaan	33
3.8.3. Proyeksi Pendapatan	34
3.8.4. Analisis R/C – Ratio	36
3.8.5. Sumber Pendanaan	37
3.8.6. Proyeksi Arus Kas	37
IV. METODE PELAKSANAAN.....	39
4.1 Tempat dan Waktu	39
4.2 Kebutuhan Sumber Daya.....	39
4.2.1 Sumber Daya Manusia	39
4.2.2 Sumber Daya Peralatan dan Bahan	40

4.3. Proses Produksi dan Pengemasan.....	41
4.3.1. Proses Produksi	41
4.3.2. Proses Pengemasan	42
4.4. Jadwal Kegiatan	42
4.5. Teknik Analisis Data	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1. Uji Coba Implementasi Business Plan	48
5.1.1. Tahap Persiapan	48
5.1.2. Tahap Pelaksanaan	53
5.2. Strategi Pemasaran	60
5.2.1. Identifikasi Bauran Pemasaran	60
5.2.2. Identifikasi Tujuan Pemasaran	73
5.2.3. Analisis Strategi Pemasaran Produk BrowniePop	75
VI. REFLEKSI.....	81
6.1. Pembelajaran dan Proses	81
6.1.1. Pelajaran Positif Yang Didapatkan Selama Menjalankan Usaha	81
6.1.2. Manfaat Kegiatan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan dan Kekurangan <i>Soft-Skill</i>	82
6.1.3. Manfaat Kegiatan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Kemampuan dan Kekurangan Konigtif.....	83
6.2. Hambatan dan Solusi.....	83
6.3. Rekomendasi Keberlanjutan Usaha.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88