

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	III
PERNYATAAN ORGANISASI	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
BAB 1 PENDAHULUAN	13
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	13
1.1.1 <i>Pengalaman Wirausaha</i>	13
1.1.2 <i>Kegiatan Inkubator</i>	13
1.1.2.1 Inkubator I (Sepatu Komik 1)	13
1.1.2.2 Inkubator II (Reseller Sepatu).....	13
1.1.3 <i>Pembentukan Unit Usaha Baru</i>	15
1.1.3.1 Sepatu Komik 2.....	15
1.1.3.2 Terbentuknya Bananation.....	16
1.1.4 <i>Fakta E-Commerce di Indonesia</i>	17
1.1.5 <i>Internet</i>	19
1.2. RUMUSAN MASALAH	21
1.3. TUJUAN PENELITIAN	21
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	21
1.5. BATASAN PENELITIAN	21
1.6. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	22
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	24
2.1 KEWIRAUSAHAAN	24
2.2 MANAJEMEN STRATEGI DALAM KEWIRAUSAHAAN.	25
2.2.1 <i>Membangun misi dan menerjemahkannya ke dalam pernyataan misi</i> 25	
2.2.2 <i>Menganalisa kekuatan dan kelemahan perusahaan</i>	26

2.2.3	<i>Menganalisa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dari lingkungan eksternal.</i>	26
2.2.4	<i>Menganalisa kompetisi dalam industri.</i>	27
2.2.5	<i>Menciptakan sasaran dan target perusahaan.</i>	27
2.2.6	<i>Memformulasikan strategi alternatif dan memilih strategi pilihan.</i>	28
2.2.6.1	TOWS Matrix	29
2.2.7	<i>Menuangkan rencana strategi ke dalam rencana kegiatan.</i>	30
2.3	ASPEK PEMASARAN	30
2.3.1	<i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i>	30
2.3.1.1	Segmentasi	30
2.3.1.2	Targeting	31
2.3.1.3	Positioning	31
2.3.2	<i>Bauran Pemasaran</i>	31
2.3.2.1	Product	33
2.3.2.2	Price	33
2.3.2.3	Promotion	34
2.3.2.4	Place	34
2.4	ASPEK KEUANGAN	35
2.4.1	<i>Startup Cost</i>	35
2.4.2	<i>Manajemen Kas</i>	36
2.4.3	<i>Payback Period</i>	37
2.5	ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	38
2.5.1	<i>Job Description</i>	39
2.6	ASPEK OPERASIONAL	39
2.6.1	<i>Process Flow Chart</i>	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	JENIS PENELITIAN	40
3.2	KERANGKA ANALISIS	40
3.3	JENIS, SUMBER, CARA MEMPEROLEH DAN MENGOLAH DATA	41
BAB IV ANALISA MANAJEMEN STRATEGI		42
4.1	VISI DAN MISI	42
4.1.1	<i>Visi</i>	42
4.1.2	<i>Misi</i>	42
4.2	ANALISA EKSTERNAL	43
4.2.1	<i>PESTEL</i>	43

4.2.1.1 Politik.....	43
4.2.1.2 Ekonomi	43
4.2.1.3 Sosial	44
4.2.1.4 Teknologi.....	44
4.2.1.5 Lingkungan.....	45
4.2.2 <i>Opportunities dan Threat</i>	46
4.2.3 <i>Profil Pesaing</i>	46
4.3 ANALISIS INTERNAL	47
4.4 TOWS MATRIX.....	48
4.5 <i>TIMELINE</i>	51
BAB V IMPLEMENTASI STRATEGI DALAM ASPEK FUNGSIONAL.....	52
5.1 ASPEK PEMASARAN	52
5.1.1. <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>	54
5.1.1.1. Segmenting	54
5.1.1.2. Targeting	54
5.1.1.3. Positioning.....	56
5.1.2 <i>Bauran Pemasaran</i>	56
5.1.2.1 Product.....	56
5.1.2.2 Price	60
5.1.2.3 Place	60
5.1.2.4 Promotion	66
5.2 ASPEK OPERASI.....	69
5.2.1 <i>Flowchart Process on Website</i>	69
5.2.2 <i>Tahapan Proses Sampai Produk Sampai di Tangan Konsumen</i>	71
5.3 ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA.....	72
5.3.1 <i>Struktur Organisasi</i>	73
5.3.2 <i>Bentuk Organisasi</i>	73
5.3.3 <i>Tim Manajemen</i>	73
5.3.4 <i>Deskripsi Pekerjaan</i>	75
5.4 ASPEK KEUANGAN	76
5.4.1 <i>Start Up Cost</i>	76
5.4.2 <i>Proyeksi Laba Rugi</i>	77
5.4.3 <i>Payback Period</i>	78
5.4.4 <i>Casflow Projection</i>	79
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	80

6.1	SIMPULAN.....	80
6.2	SARAN	80
	DAFTAR PUSTAKA.....	XIV
	LAMPIRAN.....	XVII

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Performa Unit Usaha 3 Bulan Terakhir.....	14
Table 2.1 TOWS Matrix	29
Table 4.5 <i>TOWS Matrix Bananation</i>	48
Table 5.1 Market Share Bananation Sesuai Target Penjualan.....	56
Table 5.2 Perbandingan Harga dengan Kompetitor	60
Table 5.6 Kegiatan Promosi Bananation 3 Tahun Ke Depan	68
Table 5.7 <i>Start Up Cost</i>	76
<i>Table 5.8 Profit / Loss Projection Year 1</i>	77
Table 5.9 Profit / Loss Projection Year 2 & 3.....	78
Table 5.10 Proyeksi <i>Payback Period</i>	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemasangan Sepatu Pada Mesin Printer.....	15
Gambar 1.2 Proses Transfer Desain Ke Media Sepatu.....	15
Gambar 1.3 Hasil Transfer Desain dengan Printer.....	16
Gambar 1.4 Urutan Produk yang Dibeli Online di Indonesia	17
Gambar 1.5 Informasi Berkaitan E-Commerce di Indonesia	19
Gambar 1.6 Estimasi Pertumbuhan Populasi Internet di Indonesia.....	20
Gambar 1.7 Internet Retailing in Indonesia.....	20
Gambar 2.1 PESTEL	27
Gambar 3.1 Kerangka Analisis	40
Gambar 4.1 <i>Timeline Bananation</i>	51
Gambar 5.1 <i>Market Size</i> Sesuai STP	55
Gambar 5.2 Perbandingan Jumlah Pencarian Keyword Buah di Google Indonesia	57
Gambar 5.3 Logo Bananation.....	58
Gambar 5.4 Desain Sempel.....	59
Gambar 5.5 Desain Pop Art (Kiri) dan Parody / Fun (Kanan).....	59
Gambar 5.6 <i>Homepage Bananation.org</i>	60
Gambar 5.7 Foto Ruangan Kerja.....	61
Gambar 5.8 Foto Ruangan Kantor.....	61
Gambar 5.9 Website yang Paling Sering Dikunjungi.....	66
Gambar 5.10 Platform Pembelian Online.....	67
Gambar 5.11 <i>Flowchart Bananation</i>	69
Gambar 5.12 Struktur Organisasi	73