

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAKSI.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian.....	6
I.4. Manfaat Penelitian	7
I.5. Batasan Masalah.....	7
I.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1. <i>Business plan</i>	10
II.1.1. Tahap ide usaha	12
II.1.2. Tahap Perumusan Konsep Usaha	14
II.1.3. Tahap Studi Kelayakan Usaha	14
II.1.4. Tahap Penyusunan Rencana Bisnis	16
II.1.5. Elemen Pokok Rencana Bisnis.....	17
II.2. <i>Business Model</i>	19
II.3. <i>E-tailing</i>	21
II.4. Metode Penentuan Lokasi dengan Faktor Rating.....	21
II.5. Analisa Parameter Investasi	22
II.5.1 Payback period	22
II.5.2 <i>Net Present Value</i>	23

II.5.3	<i>Internal Rate of Return</i>	24
II.5.4	Analisis Sensitivitas.....	24
II.6.	Pajak.....	25
II.6.1	Pajak Pegawai yang Dibayar oleh Perusahaan.....	26
II.6.2	Pajak Penghasilan Usaha	27
II.6.3	Wajib Pajak yang mendapat fasilitas Pasal 31 E UU PPh.	28
II.6.4	Pajak Pertambahan Nilai (PPn)	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
III.1	Model Konseptual.....	29
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	35
III.2.1.	Tahap Pengumpulan Data.....	35
III.2.2.	Tahap Pengolahan Data.....	48
III.2.3.	Tahap Analisis dan Pembahasan.....	54
III.2.4.	Penyusunan Kesimpulan dan Saran.	56
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		57
IV.1.	Pengumpulan dan Pengolahan Kuisioner	57
IV.1.1.	Desain Kuisioner	57
IV.1.2.	Penentuan Sampel Populasi.....	59
IV.1.3.	Uji Validitas Tahap Pertama.....	60
IV.1.4.	Penyebaran Kuesioner	61
IV.1.5.	Pengolahan Data Pasar	62
IV.1.6.	Pengkodean Kuesioner	62
IV.1.7.	Rekapitulasi Data Kuesioner	62
IV.1.8.	Uji Validitas Tahap Kedua	62
IV.1.9.	Uji Reliabilitas	64
IV.1.10.	Karakteristik Pasar	65
IV.2.	Pengumpulan Data Pendukung Lainnya	67
IV.2.1.	Pengumpulan Data Wawancara Pemilik Usaha yang Memiliki Konsep Sama.	67
IV.2.2.	Pengumpulan Data Trafik Pencarian Keyword Sepeda di Internet	67
IV.2.3.	Pengumpulan Data Pengamatan Model Bisnis Unit Usaha Lain	72
IV.2.4.	Pengumpulan Data Kompetitor	73

IV.2.5.	Pengumpulan Data Cara Operasi Unit Usaha yang Mendekati...	73
IV.2.6.	Pengumpulan Data Kebutuhan Fasilitas Toko dari Unit Usaha yang Mendekati	74
IV.2.7.	Pengumpulan Data Pendukung Aspek Keuangan.....	75
IV.3.	Pembuatan <i>Business Concept</i>	75
IV.3.1.	Visi dan Misi.....	76
IV.3.2.	Penyusunan <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	76
IV.3.3.	Pembuatan Model Bisnis dengan <i>Business model canvasss</i>	82
IV.4.	Studi Kelayakan Bisnis.....	87
IV.4.1.	Aspek Pasar	87
IV.4.2.	Aspek Teknis	105
IV.4.3.	Aspek Manajemen.....	107
IV.4.4.	Aspek Keuangan	112
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		125
V.1.	Analisis Hasil Studi Kelayakan	125
V.1.1.	Analisis Hasil Studi Kelayakan Ekonomi.....	125
V.1.2.	Analisis Hasil Studi Kelayakan Teknis	132
V.2.	Penyusunan <i>Business plan</i>	151
V.3.	Analisis <i>Business plan</i>	151
V.3.1.	Analisis <i>Business Concept</i>	152
V.3.2.	Analisis Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	156
V.3.3.	Analisis Risiko	160
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		163
VI.1.	Kesimpulan	163
VI.2.	Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA		167