

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
LEMBAR KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Penelitian Terdahulu	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 Definisi Industri	4
2.2 Studi Kelayakan Bisnis	5
2.3. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis	6
2.5 Aspek Finansial.....	9
2.6 Kriteria Kelayakan Usaha	10

2.7 Wawancara.....	11
2.8 Analisis SWOT	11
2.8.1. Faktor Eksternal	12
2.8.2. Faktor Internal.....	12
2.9 Konsep 4 P	13
2.9.1 Produk (Product).....	14
2.9.2 Harga (Price).....	15
2.9.3 Promosi (Promotion).....	17
2.9.4 Distribusi (Place).....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Studi Lapangan	23
3.2 Studi Pustaka.....	23
3.3 Perumusan Masalah	23
3.4 Tujuan Penelitian	23
3.5 Pengolahan Data	24
3.6 Analisis Data.....	24
3.7 Simpulan dan Saran	24
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	26
4.1 Profil Perusahaan	26
4.2 Aspek-Aspek Kajian Kelayakan Usaha	26
4.2.1 Teknis dan Produksi.....	26
4.2.2 Aspek Manajemen dan SDM.....	30
4.2.3 Hukum.....	31
4.2.4 Aspek Ekonomi dan Sosial	31
4.2.5 Aspek Dampak Lingkungan.....	31
4.2.6 Aspek Pemasaran	32

4.2.7 Aspek Finansial.....	33
4.3 Perbaikan Kelayakan dan Pengembangan Usaha	35
4.3.1 Perbaikan Kelayakan Aspek Hukum	35
4.3.2 Pengembangan Aspek Pemasaran dengan Pendekatan SWOT.....	36
4.3.3 Identifikasi Faktor Strategi.....	36
4.3.4 Klasifikasi SWOT	38
4.3.5 Pembobotan dan Ranking	39
4.3.6 Matriks SWOT.....	42
4.3.7 Penentuan Strategi SWOT	43
4.3.8 Pendekatan 4P Pada Strategi.....	45
4.4. Implementasi Strategi	45
4.4.1 Strategi Product.....	45
4.4.2 Strategi Price.....	47
4.4.3 Strategi Place	47
4.4.3 Strategi Promotion	48
4.5. Efektifitas Strategi	50
BAB V ANALISI.....	53
5.1 Analisis Kelayakan Usaha	53
5.2 Strategi Pemasaran 4P Dengan Pendekatan SWOT.....	56
BAB VI KESIMPULAN	59
6.1 Simpulan	59
6.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1..Bauran Pemasaran Produk.....	14
Gambar 2. Metodologi Penelitian.....	25
Gambar 3. Denah Lokasi UMKM Siomay Nyonya Lani.....	27
Gambar 4. Hasil Pengukuran dB.....	32
Gambar 5. Matriks Posisi SWOT.....	43
Gambar 6. JM Plaju.....	48
Gambar 7. Dempo Foodcourt.....	48
Gambar 8. Pesanan Khusus Pelanggan.....	49
Gambar 9. Layanan Konsumen.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	3
Tabel 2. Harga Bahan Baku.....	28
Tabel 3. Aliran Kas Perbulan.....	34
Tabel 4. Faktor Internal	37
Tabel 5. Faktor Eksternal.....	38
Tabel 6. Klasifikasi SWOT.....	38
Tabel 7. Rekapitulasi Pembobotan.....	40
Tabel 8. Penilaian SWOT.	41
Tabel 9. Koordinat Penilaian SWOT.....	42
Tabel 10. Koordinat Posisi UMKM.....	43
Tabel 11. Matriks Strategi SWOT.....	44
Tabel 12. Perbandingan Variasi Produk.....	46
Tabel 13. Perbandingan Kemasan.....	47
Tabel 14. Perbandingan Logo Produk.....	50
Tabel 15. Biaya Penjualan Sebelum Implementasi.....	51
Tabel 16. Biaya Sebelum Implementasi.....	51
Tabel 17. Penjualan Sebelum Implementasi.....	51
Tabel 18. Biaya Setelah Implementasi.....	52