

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	7
I.3 Perumusan Masalah	8
I.4 Tujuan Tugas Akhir	8
I.5 Manfaat Tugas Akhir	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
II.1 Literatur	11
II.1.1 Pengertian Analisis Kelayakan	11
II.1.2 Manfaat Studi Kelayakan	12
II.1.3 Aspek Analisis Kelayakan Usaha	13
II.1.3.1 Aspek Pasar	13
II.1.3.1.1 Peramalan Permintaan (<i>Demand Forecasting</i>)	14
II.1.3.1.2 Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	14
II.1.3.1.3 <i>Marketing Mix</i>	17
II.1.3.2 Aspek Teknis	18
II.1.3.2.1 Penentuan Lokasi Usaha	18
II.1.3.2.2 Tata Letak Fasilitas (<i>Layout</i>)	19
II.1.3.2.3 Strategi Produksi dan Perencanaan Produk	19
II.1.3.2.4 Pemilihan Teknologi	20
II.1.3.2.5 Proses Bisnis	20

II.1.3.2.6	Estimasi Tenaga Kerja	22
II.1.3.3	Aspek Finansial.....	23
II.1.3.3.1	Biaya Operasional dan Produksi.....	23
II.1.3.3.2	Biaya Depresiasi.....	24
II.1.3.3.3	Biaya Investasi	25
II.1.3.3.4	Kebutuhan Dana dan Sumber Dana.....	25
II.1.3.3.5	Estimasi Pendapatan	25
II.1.3.3.6	Laporan Laba/Rugi	26
II.1.3.3.7	Arus Kas	26
II.1.3.3.8	Neraca	27
II.1.4	Metode Analisis Kelayakan	27
1.	<i>Net Present Value</i>	27
2.	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	28
3.	<i>Payback Period</i>	29
4.	<i>Profitability Index</i>	29
II.1.5	Analisis Sensitivitas	30
II.2	Alasan Pemilihan Teori.....	30
BAB III.....		33
METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH		33
III.1	Sistematika Penyelesaian Masalah	33
III.1.1	Tahap Identifikasi	36
III.1.2	Tahap Pengumpulan Data.....	36
III.1.3	Tahap Pengolahan Data.....	40
III.1.3.1	Pengolahan Data Aspek Pasar.....	40
III.1.3.2	Pengolahan Data Aspek Teknis	40
III.1.3.3	Pengolahan Data Aspek Finansial.....	40
III.1.3.4	Analisis Data Kelayakan Usaha	40
III.1.3.5	Analisis Data Sensitivitas	41
III.1.4	Tahap Analisis (Verifikasi dan Validasi)	41
III.1.5	Tahap Kesimpulan dan Saran	41
III.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi	41
III.3	Batasan dan Asumsi	42
BAB IV		43
PENGUMPULAN DAN PENGOLAN DATA		43

IV.1	Profil Perusahaan.....	43
IV.1.2	Produk Perusahaan	45
IV.2	Data Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial	48
IV.2.1	Pengumpulan Data Aspek Pasar	48
IV.2.1.1	Data Historis Penjualan <i>Online</i>	48
IV.2.1.2	Desain Kuesioner	48
IV.2.1.2.1	Pengkodean Kuesioner	51
IV.2.1.2.2	Penentuan Sampel Kuesioner	52
IV.2.1.2.3	Penyebaran Kuesioner	52
IV.2.2	Pengumpulan Data Aspek Teknis	53
IV.2.2.1	Proses Bisnis <i>Online</i>	53
IV.2.2.2	Proses Bisnis Pengadaan Produk	54
IV.2.2.3	Proses Bisnis Pelayanan Melalui <i>E-commerce</i>	57
IV.2.2.4	Proses Bisnis Pelayanan Melalui <i>Live Shopping</i>	58
IV.2.2.5	<i>Operation Process Chart</i> Produksi Zamar Project.....	61
IV.2.2.6	Peralatan Operasional Eksisting.....	65
IV.3	Pengolahan Data Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial.....	71
IV.3.1	Pengolahan Data Aspek Pasar	71
IV.3.1.1	Uji Validitas.....	71
IV.3.1.2	Uji Reliabilitas	73
IV.3.1.3	Karakteristik Pasar	74
IV.3.1.4	Penentuan Pasar Potensial, Pasar Tersedia, dan Pasar Sasaran..	79
IV.3.1.5	Perhitungan Estimasi Permintaan (<i>Demand</i>)	83
IV.3.1.6	STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	85
IV.3.1.7	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	86
IV.3.2	Pengolahan Data Aspek Teknis.....	87
IV.3.2.1	Perencanaan Kebutuhan <i>Display</i> dan Penyimpanan	87
IV.3.2.2	Proses Pembukaan Toko <i>Offline Zamar Project</i>	88
IV.3.2.3	Proses Bisnis Pengadaan Produk	92
IV.3.2.4	Proses Bisnis Toko <i>Offline Zamar Project</i>	94
IV.3.2.5	Kebutuhan Peralatan	97
IV.3.2.6	<i>Layout</i>	97
IV.3.2.7	Perencanaan Bahan Baku.....	102
IV.3.2.8	Penentuan Kebutuhan Tenaga Kerja	108

IV.3.2.9	Struktur Organisasi Toko <i>Offline Zamar Project</i>	111
IV.3.2.10	Biaya Sumber Daya Manusia Kota Bandung.....	113
IV.3.2.11	Lokasi Toko <i>Offline Zamar Project</i>	114
IV.3.3	Aspek Finansial.....	115
IV.3.3.1	Estimasi Biaya Investasi.....	115
IV.3.3.2	Estimasi Biaya Operasional.....	116
IV.3.3.3	Estimasi Pendapatan.....	127
IV.3.3.4	Kebutuhan dan Sumber Dana.....	128
IV.3.3.5	Laporan Laba Rugi.....	129
IV.3.3.6	Laporan Arus Kas.....	131
IV.3.3.7	Laporan Ekuitas Pemilik.....	132
IV.3	Laporan Neraca.....	132
IV.4	Kelayakan Usaha.....	133
IV.5	Penentuan Sensitivitas.....	134
BAB V	139
ANALISIS	139
V.1	Verifikasi dan Validasi.....	139
V.2	Analisa Hasil.....	142
V.2.1	Hasil Analisa Aspek Pasar.....	142
V.2.1.1	Pasar Potensial.....	142
V.2.1.2	Pasar Tersedia.....	143
V.2.1.3	Pasar Sasaran.....	143
V.2.1.4	Analisis Estimasi Permintaan.....	143
V.2.1.5	Strategi Pemasaran.....	144
V.2.2	Hasil Analisa Aspek Teknis.....	145
V.2.2.1	Proses Bisnis Toko <i>Offline Zamar Project</i>	145
V.2.2.2	Kebutuhan Tenaga Kerja.....	145
V.2.2.3	Struktur Organisasi.....	146
V.2.2.4	Layout Usaha.....	146
V.2.3	Hasil Analisa Aspek Finansial.....	147
V.2.3.1	Analisa Proyeksi Pendapatan.....	147
V.2.3.2	Analisa Laba Rugi.....	148
V.2.3.3	Analisa Cashflow/Arus Kas.....	148
V.2.4	Hasil Analisa Kelayakan Usaha.....	149

V.2.4.1	<i>Analisa Net Present Value</i>	149
V.2.4.2	<i>Analisa Internal Rate of Return</i>	150
V.2.4.3	<i>Analisa Payback Period</i>	150
V.2.4.4	<i>Analisa Profitability Index</i>	150
V.2.5	<i>Analisa Sensitivitas</i>	151
BAB VI		154
KESIMPULAN DAN SARAN		154
VI.1 Kesimpulan		154
VI.2 Saran		156
DAFTAR PUSTAKA		157
LAMPIRAN		162
Lampiran A – Kuesioner Tugas Akhir.....		163
Lampiran B – Hasil Kuesioner.....		169
Lampiran C – Data Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Bandung		187
Lampiran D – Data Jumlah Penganut Agama Islam Kota Bandung.....		188
Lampiran E – Data Penduduk Kota Bandung Wanita Berusia 25-59 Tahun Beragama Islam.....		189
Lampiran F – Biaya Operasional		190
Lampiran G – Laba Rugi		197
Lampiran H – <i>Cash Flow</i>		198
Lampiran I – Laporan Ekuitas Pemilik		199
Lampiran J – Neraca		200
Lampiran K – NPV, IRR, PBP, dan PI		201
Lampiran L – Sensitivitas		202
Lampiran M – Wawancara <i>Owner</i>		214