

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRAK</i>	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	8
I.3 Rumusan Masalah	8
I.4 Tujuan Tugas Akhir	8
I.5 Manfaat Tugas Akhir	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1 Study Kelayakan	10
II.2 Aspek Pasar	11
II.2.1 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	11
II.2.1.1 <i>Segmenting</i>	11
II.2.1.2 <i>Targeting</i>	11
II.2.1.3 <i>Positioning</i>	11
II.2.2 Bauran Pemasaran	12

II.3 Aspek Teknik	12
II.3.1 Proses Bisnis	13
II.3.2 <i>Use Case Diagram</i>	13
II.3.3 <i>Data Flow Diagram</i>	14
II.3.4 Perancangan <i>Website</i>	14
II. 4 Aspek Finansial.....	15
II.4.1 <i>Net Present Value</i>	15
II.4.2 <i>Payback Period (PBP)</i>	16
II.4.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	16
II.5 Analisis Sensitivitas	17
II.6 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan.....	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	19
III.1 Sistematika Perancangan	19
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data.....	19
III.1.2 Tahap Perancangan.....	20
III.1.2.1 Tahap Pendahuluan	21
III.1.2.2 Tahap Pengumpulan Data.....	22
III.1.2.3 Tahap Pengolahan Data	27
III.1.2.4 Tahap Verifikasi Hasil Rancangan.....	28
III.1.2.5 Tahap Validasi Hasil Rancangan.....	28
III.1.2.6 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	28
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	28
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi.....	29
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	30
IV.1 Profil Perusahaan.....	30
IV.1.1 Logo Perusahaan	30

IV.1.2 Produk Perusahaan	31
IV.2 Deskripsi Pengumpulan Data	32
IV.2.1 Pengumpulan Data Pasar	32
IV.2.1.1 Desain Kuisisioner	32
IV.3 Penentuan Spesifikasi rancangan dan Standar Perancangan	33
IV.4 Proses perancangan	34
IV.4.1 Proses Perancangan Data Pasar	34
IV.4.1.1 Pengkodean Hasil Kuisisioner	34
IV.4.1.2 Rekap Data Kuisisioner	35
IV.4.1.3 Pengujian Validitas	35
IV.4.1.4 Pengujian Reliabilitas	36
IV.4.1.5 Karakteristik Pasar	37
IV.4.1.6 Pasar Potensial, Pasar Tersedia, Pasar Sasaran	40
IV.4.1.7 Perhitungan Perkiraan <i>Demand</i>	44
IV.4.1.8 Strategi STP	45
IV.4.1.9 Bauran Pemasaran	46
IV.4.2 Proses Perancangan Teknis dan Operasional	48
IV.4.2.1 Identifikasi Produk	48
IV.4.2.2 Proses Bisnis	48
IV.4.2.4 Sumber Daya Manusia	54
IV.4.2.5 Lokasi Usaha	60
IV.4.2.6 Layout Usaha	60
IV.4.2.7 Perancangan <i>Website</i>	62
IV.4.2.8 Estimasi Biaya Investasi	71
IV.4.3 Perancangan Aspek Finansial	72
IV.4.3.1 Biaya Depresiasi	72

IV.4.3.2 Biaya Perawatan.....	72
IV.4.3.3 Biaya Habis Pakai	73
IV.4.3.4 Biaya <i>Internet</i>	74
IV.4.3.5 Biaya <i>Website</i>	74
IV.4.3.6 Biaya Listrik	75
IV.4.3.7 Biaya Produk	76
IV.4.3.8 Proyeksi Pendapatan	76
IV.4.3.9 Biaya Laboratorium BPOM	77
IV.4.3.10 Kebutuhan Dana	77
IV.4.3.11 Proyeksi Laba Rugi	78
IV.4.3.12 Proyeksi <i>Cashflow</i>	80
IV.4.3.13 Proyeksi Neraca.....	81
IV.4.3.14 Kelayakan Usaha	83
IV.4.3.15 Analisis Sensitivitas	84
IV.5 Hasil Rancangan.....	86
IV.6 Verifikasi Hasil Rancangan.....	86
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	89
V.1 Validasi Hasil Rancangan.....	89
V.2 Rencana Implementasi Hasil Rancangan	90
V.2.1 Tenaga Kerja.....	90
V.2.2 Gaji Tenaga Kerja.....	90
V.2.3 Lokasi	90
V.2.4 Investasi Peralatan	91
V.2.5 Penentuan Umur Ekonomis	91
V.2.6 Herbal yang memiliki Izin Edar	91
V.2.7 Penjualan Herbal Secara <i>Online</i>	91

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92
VI.1 Kesimpulan.....	92
VI.2 Saran dan Rekomendasi	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95