

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR ISTILAH	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Tugas Akhir	6
I.4 Manfaat Tugas Akhir	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
II.1 Studi Kelayakan	9
II.1.1 Definisi Studi Kelayakan	9
II.1.2 Tujuan Studi Kelayakan.....	10
II.1.3 Manfaat Studi Kelayakan.....	11
II.2 Aspek Studi Kelayakan	12
II.2.1 Aspek Pasar.....	12
II.2.1.1 Pasar Potensial, Pasar Tersedia, Pasar Sasaran	12
II.2.1.2 Peramalan Permintaan (Demand Forecasting).....	13
II.2.1.3 Segmenting, Targeting, & Positioning (STP).....	14
II.2.1.4 Marketing Mix	16
II.2.2 Aspek Teknis.....	17
II.2.2.1 Proses Bisnis	18
II.2.2.2 Penentuan Lokasi Bisnis	19
II.2.2.3 Perencanaan Jumlah Produksi.....	19

II.2.2.4	Sumber Daya Manusia	19
II.2.2.5	Kebutuhan Bahan Baku.....	19
II.2.2.6	Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas	20
II.2.2.7	Tata Letak Fasilitas (Layout)	21
II.2.3	Aspek Finansial.....	21
II.2.3.1	Biaya Investasi	22
II.2.3.2	Biaya Operasional dan Produksi	22
II.2.3.3	Estimasi Pendapatan.....	22
II.2.3.4	Sumber Dana	23
II.2.3.5	Laporan Keuangan	23
II.3	Analisis Kelayakan.....	24
II.3.1	<i>Net Present Value</i> (NPV).....	24
II.3.2	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	24
II.3.3	<i>Payback Period</i> (PBP)	25
II.3.4	Analisis Sensitivitas	25
II.3.5	Analisis Risiko	26
II.4	Analisis Pemilihan Metode.....	27
II.5	Tugas Akhir Sebelumnya.....	28
BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH		30
III.1	Model Konseptual	30
III.2	Sistematika Penyelesaian Masalah.....	32
III.2.1	Tahap Pendahuluan	33
III.2.1.1	Studi Literatur	33
III.2.1.2	Studi Lapangan.....	33
III.2.1.3	Identifikasi Masalah	33
III.2.1.4	Perumusan Masalah	33
III.2.1.5	Penentuan Tujuan Penelitian.....	34
III.2.1.6	Penentuan Batasan Penelitian	34
III.2.1.7	Model Konseptual	34
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data	34
III.2.2.1	Pengumpulan Data Pasar.....	35
III.2.2.2	Pengumpulan Data Teknis.....	35
III.2.2.3	Pengumpulan Data Finansial	36
III.2.3	Tahap Pengolahan Data.....	36

III.2.3.1	Pengolahan Data Aspek Pasar	36
III.2.3.2	Pengolahan Data Aspek Teknis	37
III.2.3.3	Pengolahan Data Aspek Finansial	37
III.2.4	Tahap Analisis	37
III.2.5	Tahap Verifikasi dan Validasi	38
III.2.6	Tahap Kesimpulan dan Saran	38
III.3	Identifikasi Sistem Terintegrasi	38
III.4	Batasan dan Asumsi Penelitian	39
III.4.1	Batasan Penelitian	39
III.4.2	Asumsi Penelitian	39
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	40
IV.1	Profil Perusahaan	40
IV.1.1	Produk Perusahaan	40
IV.2	Pengumpulan Data	41
IV.2.1	Pengumpulan Data Aspek Pasar	41
IV.2.1.1	Data Historis	41
IV.2.1.2	Desain Kuesioner	42
IV.2.1.1	Pengkodean Kuesioner	45
IV.2.1.2	Penentuan Sampel Kuesioner	45
IV.2.1.3	Penyebaran Kuesioner	46
IV.2.2	Pengumpulan Data Aspek Teknis	46
IV.2.2.1	Identifikasi Produk	46
IV.2.2.2	Lokasi dan Layout Eksisting	49
IV.2.2.3	Lokasi Cabang Baru	50
IV.2.2.4	Peralatan dan Fasilitas Eksisting	50
IV.2.2.5	Tenaga Kerja Eksisting	53
IV.2.2.6	Proses Bisnis Eksisting	54
IV.2.3	Pengumpulan Data Aspek Finansial	67
IV.2.3.1	Biaya Investasi	67
IV.2.3.2	Biaya Operasional	69
IV.2.3.2.1	Biaya Langsung	70
IV.2.3.2.2	Biaya Tidak Langsung	73
IV.3	Pengolahan Data	73
IV.3.1	Pengolahan Data Pasar	73

IV.3.1.1	Pengujian Validitas.....	74
IV.3.1.2	Pengujian Reliabilitas.....	75
IV.3.1.3	Rekap Data Kuesioner.....	76
IV.3.1.4	Penentuan Pasar Potensial, Pasar Tersedia, dan Pasar Sasaran.	83
IV.3.1.5	Perhitungan Perkiraan Demand	87
IV.3.1.6	Rencana Pemasaran.....	95
IV.3.1.6.1	Segmenting, Targeting, Positioning	95
IV.3.1.6.2	Marketing Mix	96
IV.3.2	Pengolahan Data Teknis	98
IV.3.2.1	Perencanaan Kapasitas Produksi.....	98
IV.3.2.2	Proses Bisnis Cabang Baru	100
IV.3.2.2.1	Proses Pengadaan Bahan Kopi pada Cabang Baru	100
IV.3.2.2.2	Proses Pengadaan Bahan Baku Non-Kopi pada Cabang Baru	102
IV.3.2.2.3	Proses Pengadaan <i>Frozen Food</i> pada Cabang Baru	103
IV.3.2.2.4	Proses Pengadaan Barang Habis Pakai pada Cabang Baru	105
IV.3.2.2.5	Proses Pelayanan dan Produksi Pesanan pada Cabang Baru	106
IV.3.2.2.6	Proses Pembukaan dan Penutupan Kafe Cabang Baru	118
IV.3.2.3	Kebutuhan Bahan Baku.....	121
IV.3.2.4	Kebutuhan Tenaga Kerja.....	123
IV.3.2.5	Struktur Organisasi.....	127
IV.3.2.6	Kebutuhan Fasilitas Meja.....	128
IV.3.2.7	Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas	129
IV.3.2.8	Layout	133
IV.3.3	Pengolahan Data Finansial.....	136
IV.3.3.1	Estimasi Biaya Investasi	136
IV.3.3.2	Estimasi Biaya Operasional	139
IV.3.3.2.1	Biaya Langsung	140
IV.3.3.2.2	Biaya Tidak Langsung	147
IV.3.3.3	Estimasi Pendapatan.....	157
IV.3.3.4	Kebutuhan dan Sumber Dana.....	158
IV.3.3.5	Laporan Laba Rugi.....	159
IV.3.3.6	Laporan Arus Kas.....	161

IV.3.3.7	Laporan Neraca	161
IV.3.3.8	Kelayakan Usaha.....	162
IV.3.3.9	Penentuan Sensitivitas.....	164
IV.3.3.10	Penentuan Risiko.....	166
BAB V ANALISIS		168
V.1	Verifikasi dan Validasi	168
V.2	Analisa Hasil	171
V.2.1	Hasil Analisa Aspek Pasar.....	171
V.2.1.1	Pasar Potensial	171
V.2.1.2	Pasar Tersedia.....	172
V.2.1.3	Pasar Sasaran.....	172
V.2.1.4	Estimasi Demand	172
V.2.1.5	Strategi Pemasaran	173
V.2.2	Hasil Analisa Aspek Teknis.....	174
V.2.2.1	Proses Bisnis	175
V.2.2.2	Kebutuhan Tenaga Kerja.....	177
V.2.2.3	Kebutuhan Fasilitas Meja.....	178
V.2.2.4	Layout Usaha	178
V.2.3	Hasil Analisa Aspek Finansial.....	178
V.2.3.1	Analisa Biaya Investasi	179
V.2.3.2	Analisa Biaya Operasional.....	179
V.2.3.2.1	Analisa Biaya Langsung	179
V.2.3.2.2	Analisa Biaya Tidak Langsung	181
V.2.3.3	Analisa Proyeksi Pendapatan	182
V.2.3.4	Analisa Kebutuhan dan Sumber Dana	184
V.2.3.5	Analisa Laba Rugi.....	185
V.2.3.6	Analisa Cash Flow	185
V.2.3.7	Analisa Neraca	186
V.2.4	Analisa Kelayakan Usaha	187
V.2.4.1	Analisa Net Present Value	187
V.2.4.2	Analisa Internal Rate of Return.....	188
V.2.4.3	Analisa Payback Period.....	188
V.2.5	Analisa Sensitivitas	188
V.2.6	Analisa Risiko	190

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	192
VI.1 Kesimpulan.....	192
VI.2 Saran.....	194
DAFTAR PUSTAKA	195
LAMPIRAN.....	198