

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	4
BAB I	6
RINGKASAN EKSEKUTIF	6
1.1 TERMINOLOGI JUDUL	6
1.2 ANALISA BISNIS	6
1.3 Ringkasan Konsep Produk	7
1.4 Ringkasan Strategi Pemasaran	8
1.5 Ringkasan Strategi Finansial	9
1.6 Ringkasan Strategi Manajemen	10
Bab II Analisa Bisnis	11
2.1 Analisa Industri	11
2.1.1 Trend Research	12
2.1.1.1 Crescent Moon Bag	12
2.1.1.2 Graphic Prints	12
2.2 Analisa Pasar	13
2.2.1 Segmentasi Pasar Pengguna Produk ATMA	14
2.2.2 Moodboard untuk merek	14
2.3 Analisa Kompetitor	16
2.4 SWOT	20
BAB III Konsep Bisnis	22
3.1 Konsep Produk	22
3.1.1 Konsep Desain	22
3. 1. 2 Alternatif Desain	25
3. 1. 3 Desain Final	30
3. 1. 4 Proses Produksi	31
3. 1. 5 Gambar Teknik / Gambar Pola	35
3. 1. 5. 1 Isometri	35
3. 1. 5. 2 Exploded View	35

3. 1. 5. 3	Gambar Tampak	36
3. 1. 5. 4	Gambar Detail	37
3. 2	Strategi Pemasaran	37
3. 2. 1	Segmentasi Pasar	37
3. 2. 2	Marketing Mix	38
3. 3	Strategi Manajemen	40
3. 3. 1	Struktur Bisnis	40
3. 3. 2	Uraian Pekerjaan	41
3. 3. 2. 1	Brand Owner	41
3. 3. 2. 2	Research Team	41
3. 3. 2. 3	Product Designer & Development	42
3. 3. 2. 4	Branding & Marketing Strategist	42
3. 3. 2. 5	Graphic Design	42
	Divisi ini lebih banyak berhubungan dengan content creator, karena divisi ini perlu membuat visualisasi ide yang dikembangkan oleh content creator. Selain itu, karya mereka juga akan dijadikan portfolio perusahaan sebagai bagian data dari promosi dan informasi agar sampai kepada pelanggan dengan baik, jelas, dan benar.	42
3. 3. 2. 6	Content Creator & Social Media Admin	42
3. 3. 2. 7	Sales	42
3. 3. 2. 8	Pengemas	43
3. 3. 2. 9	Quality Control	43
3. 3. 2. 10	Accounting	43
3.4	Proyeksi Finansial	43
3.4.1	Studi Biaya	43
3.4.2	Sumber Modal	46
3. 4. 3	Analisis Kelayakan Usaha	47
3. 4. 3. 1	Arus Kas	47
BAB IV IMPLEMENTASI & ANALISA		48
4. 1	Detail Implementasi	48
4.1.1	Secara Luring (Offline)	48
4.1.2	Secara Daring (Online)	53
4. 2	Periode Penjualan dan Analisa	53

4.2.1 Periode Pertama	53
Pada periode pertama belum terdapat penjualan, maka kami hanya melakukan masih dalam proses melakukan penawaran.	53
4.2. Analisa	53
4. 3 Analisa Style Desain dan Produk	53
BAB V KESIMPULAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5. 2 Strategi untuk Pengembangan Bisnis	55
DAFTAR PUSTAKA	56

