

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	vii
EXECUTIVE SUMMARY .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Perkembangan Perusahaan Pembuat Ban .....	2
1.1.2 Data Jumlah Pabrik Ban di Indonesia .....	6
1.1.3 Masalah yang ada di industri ban untuk memenuhi kebutuhan permintaan ban .....	8
1.2 Definisi Bisnis Jasa Pemasangan Mesin Industri Ban.....	9
1.2.1 Proses Pemasangan Mesin Tire Industri .....	10
1.2.2 Data Pemasangan Mesin Tire Industri .....	12
BAB II	
ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS .....	13
2.1 <i>Framework</i> .....	13
2.2 Analisis Lingkungan bisnis dari segi Politik, Ekonomi, Sosial Budaya dan Teknologi .....	13
2.2.1 Analisis Lingkungan Bisnis dari Segi Politik .....	14
2.2.2 Analisis Lingkungan Bisnis dari Segi Ekonomi .....	16
2.2.3 Analisis Lingkungan Bisnis dari Segi Sosial dan Budaya .....	18
2.2.4 Analisis Lingkungan Bisnis dari Segi Teknologi .....	22
2.3 Analisis Lingkungan Bisnis Menggunakan Teori <i>Porter Five Forces</i> ...	26
2.3.1 Tekanan penawaran dari pembeli ( <i>Bargaining Power of Buyer</i> ).....	26
2.3.2 Adanya tekanan pendatang baru ( <i>Entry of New Entrants</i> ).....	27
2.3.3 Adanya tekanan produk pengganti ( <i>Threat of Substitutes</i> ).....	28
2.3.4 Tekanan penawaran dari pemasok ( <i>Bargaining Power                 of Supplier</i> ) .....	29
2.3.5 Persaingan dengan pesaing yang ada ( <i>Competitive Rivalry</i> ) .....	30
2.4 <i>Opportunities</i> (Peluang) .....	34
2.4.1 <i>Trader</i> tidak mempunyai team khusus untuk pemasangan mesin- mesin yang mereka jual .....	35
2.4.2 <i>Cost reduction</i> oleh <i>end user</i> ( <i>self installation</i> ) .....	36
2.4.3 Pemasangan yang kurang tepat sehingga sering bongkar pasang ....	36
2.4.4 <i>Supplier/vendor</i> menetapkan harga internasional untuk pemasangan mesin .....	36
2.4.5 Kebutuhan <i>maintenance/calibaration end user</i> .....	37
2.4.6 Kebutuhan <i>upgrade</i> mesin oleh <i>end user</i> .....	37

2.5	<i>Threats</i> (Ancaman).....	38
2.5.1	Adanya tim instalasi dari <i>vendor/end user</i> .....	38
2.5.2	Fluktuasi Kurs dolar terhadap rupiah .....	39
2.5.3	Regulasi pemerintah tentang <i>import</i> mesin .....	39
2.5.4	Munculnya pesaing baru yang mempunyai kompetensi yang sama .....	39
2.5.5	Pembajakan karyawan oleh kompetitor .....	40
<b>BAB III</b>		
<b>STRATEGI PERUSAHAAN</b> .....		41
3.1	<i>Framework</i> .....	41
3.2	Profil PT. Tire Mandiri.....	41
3.2.1	Visi .....	41
3.2.2	Misi .....	41
3.2.3	Nilai Perusahaan .....	42
3.2.4	Tujuan .....	42
3.2.5	Target <i>Customer</i> .....	43
3.2.6	Nama Perusahaan .....	44
3.2.7	Lokasi Perusahaan.....	44
3.3	<i>Strength</i> (Kekuatan).....	44
3.4	<i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	51
3.4	Analisa Bisnis Internal dan Eksternal .....	53
3.5.1	Tahap I ( <i>Input Stage</i> ).....	53
3.5.2	Tahap II ( <i>Matching Stage</i> ) .....	56
3.5.3	Tahap III ( <i>Decision Stage</i> ) .....	61
3.5.4	Kesimpulan Analisa Internal dan Eksternal .....	62
<b>BAB IV</b>		
<b>BISNIS MODEL PT. TIRE MANDIRI</b> .....		60
4.1	<i>Customer Segment</i> .....	65
4.2	<i>Value Proposition</i> .....	66
4.3	<i>Channels</i> .....	68
4.4	<i>Customer Relationship</i> .....	69
4.5	<i>Revenue Stream</i> .....	70
4.6	<i>Key Resources</i> .....	71
4.7	<i>Key Activities</i> .....	72
4.8	<i>Key Partners</i> .....	74
4.9	<i>Cost Structure</i> .....	76
<b>BAB V</b>		
<b>STRATEGI OPERASIONAL</b> .....		78
5.1	<i>Framework</i> PT. Tire Mandiri .....	78
5.1.1	<i>Suppliers</i> .....	79
5.1.2	<i>Inputs</i> .....	79
5.1.3	<i>Process</i> .....	80
5.1.4	<i>Output</i> .....	80
5.1.5	<i>Customer</i> .....	81
5.2	Pra-Operasional.....	82
5.2.1	Pendirian Perusahaan .....	83
5.2.2	Strategi Pemilihan Lokasi <i>Workshop</i> .....	86
5.2.3	Strategi Tata Letak <i>Workshop/Kantor</i> .....	86

5.2.4	Manajemen proyek pengadaan <i>workshop</i>	90
5.3	Operasional	82
5.3.1	Tujuan Operasi	95
5.3.2	Sasaran Operasi	95
5.3.3	Alur Proses dan Alat Produksi	97
5.3.4	Strategi Inovasi Produk	102
5.3.5	Strategi Kualitas	104
5.3.6	Strategi <i>Supply Chain</i>	110
5.3.7	Strategi Pengiriman Barang Jadi	112
5.3.8	Strategi Produksi	112
5.3.9	Strategi Penentuan dan Pembayaran harga Produk	122
5.3.10	Strategi Pemberian Garansi Produk	124
5.3.11	Strategi Kerja Sama dengan Subkontraktor/Rekanan	124
5.3.12	Implementasi <i>Lean Concept</i> pada PT. Tire Mandiri	125
5.4	<i>Service Blueprint</i> PT. Tire Mandiri	131
5.5	<i>Plan</i>	135
5.5.1	<i>Pra Tendering</i>	135
5.5.2	Estimasi Material	136
5.5.3	<i>Tendering</i>	136
5.5.4	Persiapan Proyek	137
5.6	<i>Do</i>	140
5.6.1	Jam Kerja	140
5.6.2	Seragam Kerja dan Identitas	140
5.6.3	Pemakaian Material	141
5.6.4	Pelaksanaan Pekerjaan	141
5.6.5	Koordinasi di lapangan	142
5.6.6	Penerapan <i>Safety Issues</i>	143
5.6.7	Kerja Tambah ( <i>Adendum</i> )	143
5.6.8	Penyelesaian konflik	143
5.7	<i>Check</i>	144
5.7.1	Penerimaan barang/material	144
5.7.2	Alat Kerja dan Dokumen	144
5.7.3	Pemakaian Material dan <i>Schedule</i> Pekerjaan	145
5.8	<i>Action</i>	145
5.9	<i>Risk Management</i>	146
<b>BAB VI</b>		
<b>KESIMPULAN</b>		
6.1	Peluang Bisnis pada industri ban	151
6.2	Peluang bisnis PT.Tire Mandiri	153
6.3	<i>Bisnis Model</i> PT.Tire Mandiri	154
6.3.1	<i>Customer Segment</i>	154
6.3.2	<i>Value proposition</i>	154
6.3.3	<i>Channels</i>	155
6.3.4	<i>Customer relationship</i>	155
6.3.5	<i>Revenue stream</i>	155
6.3.6	<i>Key resources</i>	155
6.3.7	<i>Key activities</i>	155
6.3.8	<i>Key Partners</i>	155

6.3.9	<i>Cost Structure</i> .....	156
6.4	Kompetensi PT. Tire Mandiri .....	156
6.5	Produk PT. Tire Mandiri .....	156
6.6	<i>Competitive Advantages</i> PT.Tire Mandiri .....	157
6.7	Potensi hambatan PT.Tire Mandiri .....	158
6.8	Strategi bisnis PT.Tire Mandiri .....	158
6.9	Strategi Operasional PT.Tire Mandiri .....	159
6.9.1	Pra Operasional .....	160
6.9.2	Operasional .....	160
6.9.3	Implementasi <i>Lean Concept</i> .....	162
DAFTAR REFERENSI.....		168