DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	**i**
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	**ii**
HALAMAN PENGESAHAN	**iii**
KATA PENGANTAR	**iv**
RINGKASAN EKSEKUTIF	**vi**
DAFTAR ISI	**vii**
DAFTAR TABEL	**xvi**
DAFTAR GAMBAR	**xxi**
DAFTAR LAMPIRAN	**xxiv**
BAB I PENDAHULUAN	**1**
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Bisnis	8
1.3 Peluang Bisnis	9
1.4 Definisi Bisnis	11
1.5 *Vission and Mission*	14
1.5.1 Visi dan Misi	14
1.5.2 Logo Perusahaan	14
1.5.3 Profil Perusahaan	15
1.5.4 *Tagline*	15
BAB II ANALISA FAKTOR EKSTERNAL	**16**
2.1 *Economic Forces*	16
2.1.1 Peluang *(opportunities)*	16
2.1.2 Ancaman *(threats)*	18
2.2 *Social, Cultural, Demographic* & *Environmental Forces*	19
2.2.1 Peluang *(opportunities)*	21
2.2.2 Ancaman *(threats)*	21
2.3 *Political, Government, Legal Forces*	23
2.3.1 Peluang *(opportunities)*	23
2.3.2 Ancaman *(threats)*	24

2.4 *Technological Forces* 24
2.4.1 Peluang *(opportunities)* 25
2.4.2 Ancaman *(threats)* 26
2.5 *Competitive Forces* 26
2.4.1 Peluang *(opportunities)* 29
2.4.2 Ancaman *(threats)* 30
2.6 *External Factor Evaluation Matrix* 30
BAB III ANALISA FAKTOR INTERNAL 32
3.1 *Marketing Factors* 33
3.1.1 *Strength of Marketing* 33
3.1.2 *Weakness of Marketing* 37
3.2 *Operation Factors* 37
3.2.1 *Strength of Operation* 38
3.2.2 *Weakness of Operation* 38
3.3 *Human Capital Factors* 39
3.3.1 *Strength of Human Capital* 39
3.3.2 *Weakness of Human Capital* 41
3.4 *Financial Factors* 41
3.4.1 *Strength of Financial* 41
3.4.2 *Weakness of Financial* 42
3.5 *Internal Factor Evaluation Matrix* 42
3.6 *Competitive Profile Matr*ix 44
BAB IV PERENCANAAN STRATEGIK 46
4.1 *Establish Long Term Objectives* 47
4.1.1 Tujuan Jangka Pendek 47
4.1.2 Tujuan Jangka Menengah 48
4.1.3 Tujuan Jangka Panjang 48
4.2 *The Input Stage* 49
4.2.1 *External Factor Evaluation Matrix* 50
4.2.2 *Internal Factor Evaluation Matrix* 51
4.2.3 *Competitive Profile Matrix* 51
4.3 *The Matching Stage* 52

4.3.1 *SWOT Matrix* 52
4.3.2 *Internal External Matrix* 54
4.4 *The Decision Stage* 55
4.5 *Bussiness Canvas Model* 57
4.5.1 *Key Partners* 57
4.5.2 *Key Activities* 57
4.5.3 *Value Propositions* 57
4.5.4 *Customer Relationships* 58
4.5.5 *Customer Segments* 58
4.5.6 *Key Resources* 58
4.5.7 *Channels* 58
4.5.8 *Cost Structures* 59
4.5.9 *Revenue Streams* 59
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN 61
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran 61
5.1.1 Tujuan Pemasaran 62
5.1.2 Sasaran Pemasaran 63
5.2 *Segmenting, Targeting, Positioning* 63
5.2.1 *Segmenting* 64
5.2.2 *Targeting* 65
5.2.3 *Positioning* 65
5.3 *Marketing Mix Business to Customer* 67
5.3.1 *Product* 67
5.3.1.1 *Quality* 69
5.3.1.2 *Packaging* 69
5.3.1.3 *Labeling* 70
5.3.2 *Price* 71
5.3.3 *Place* 72
5.3.3.1 *Distribusi* 72
5.3.4 *Promotion* 74
5.3.4.1 *Online Advertising* 74
5.3.4.2 *Offline Advertising* 77

5.4 *Marketing Mix Business to Business* 77
5.4.1 *Networking* 78
5.4.2 *Interaction* 80
5.4.3 *Common Interest* 80
5.4.4 *Experience* 81
5.5 *Sales* 81
5.5.1 *Sales Effectiveness Drivers* 84
5.5.2 *Definers Drivers* 85
5.5.3 *Shapers Drivers* 85
5.5.4 *Enlighteners Drivers* 85
5.5.5 *Exciters Drivers* 85
5.5.6 *Controllers Drivers* 86
5.5.7 *Sales Force Structure and Roles* 86
5.5.8 *Sales People* 87
5.5.9 *Sales Activities* 87
5.5.10 *Customer Results* 88
5.5.11 *Company Results* 88
5.6 Perencanaan Biaya Pemasaran 89
5.7 *Net Marketing Contribution* 91
BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL 93
6.1 Tujuan dan Sasaran Operasional 93
6.1.1 Tujuan Operasional 93
6.1.2 Sasaran Operasional 94
6.2 Tahapan Pendirian Usaha 94
6.2.1 Perencanaan Persiapan Pendirian Usaha 94
6.2.2 Pengajuan Nama Perseroan Terbatas 95
6.2.3 Akta Pendirian Perusahaan 96
6.2.4 Surat Keputusan Pengesahan Akta Pendirian Usaha 96
6.2.5 Surat Keterangan Domisili Perusahaan 97
6.2.6 NPWP Perusahaan 98
6.2.7 Surat Izin Usaha Perdagangan 98
6.2.8 Tanda Daftar Perusahaan 99

6.2.9 Pendaftaran Merek 100
6.2.10 Izin Lingkungan 101
6.2.11 Perizinan Sertifikasi BPOM 102
6.3 Desain Operasional 103
6.3.1 Desain dan Proses Alur Produksi 103
6.3.1.1 Proses Pendahuluan 105
6.3.1.2 Proses Utama 107
6.3.1.3 Proses Akhir 109
6.3.2 Teknologi Proses 111
6.4 Perencanaan Tata Letak dan Rantai Pasok 114
6.4.1 Perencanaan Tata Letak 114
6.4.2 Manajemen Rantai Pasok 116
6.4.3 Perencanaan dan Kontrol Persediaan 120
6.4.4 Manajemen Kualitas 121
6.4.4.1 Pengawasan Mutu Bahan Baku 121
6.4.4.2 Pengawasan Mutu Proses Produksi 122
6.4.4.3 Pengawasan Mutu Produk Jadi 122
6.4.4.4 Proses Mutu Kemasan 122
6.5 Perencanaan Biaya Operasional 122
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA 130
7.1 Tujuan dan Sasaran *Human Capital* 130
7.1.1 Tujuan *Human Capital* 132
7.1.2 Sasaran *Human Capital* 132
7.2 Budaya Perusahaan 132
7.2.1 Artefak 133
7.2.2 Nilai 133
7.2.3 Asumsi 134
7.3 Struktur Organisasi 134
7.4 *Jobdesk* 136
7.5 Perencanaan *Human Capital* 140
7.5.1 *Recruitment* 141
7.5.1.1 *Online Recruitment* 142

7.5.1.2 *University Recruitment* 142
7.5.1.3 *Recommendation* 142
7.5.1.4 Seleksi 143
7.5.1.4.1 *Curriculum Vitae* dan *Portfolio* 143
7.5.1.4.2 *Interview* dengan HR *Manager* 144
7.5.1.4.3 *Interview* dengan User 144
7.5.1.4.4 *Offering* 144
7.5.1.4.5 Kelengkapan Dokumen 144
7.5.2 Pelatihan dan Pengembangan 145
7.5.2.1 Pengangkatan & Penempatan Dalam Jabatan .. 145
7.5.2.2 Pendidikan dan Pelatihan 145
7.5.2.3 Mutasi 146
7.5.2.4 Jalur Karir 146
7.5.3 Sistem Kompensasi 146
7.5.3.1 *Direct Compensation* 147
7.5.3.1.1 Gaji Pokok 147
7.5.3.1.2 Tunjangan Hari Raya 147
7.5.3.1.3 Upah Lembur 147
7.5.3.2 In*direct Compensation* 149
7.5.3.2.1 Tunjangan Kesehatan 149
7.5.3.2.2 Cuti Tahunan 149
7.5.3.2.3 Cuti Hamil 149
7.5.3.2.4 Cuti Bersama 149
7.5.3.2.5 Cuti Sakit 150
7.5.3.2.6 Cuti Khusus 150
7.5.4 Evaluasi Pekerjaan 150
7.5.5 Pemutusan Hubungan Kerja 151
7.5.5.1 PHK Dalam Masa Percobaan 151
7.5.5.2 PHK Karena Mengundurkan Diri 151
7.5.5.3 PHK Karena Perusahaan Tutup 152
7.5.5.4 PHK Karena Pensiun 153
7.5.5.5 PHK Karena Pelanggaran Berat 153

7.6 Perencanaan Biaya Gaji 154
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN 159
8.1 *Financial Framework* 159
8.2 Tujuan dan Sasaran Keuangan 161
8.2.1 Tujuan Keuangan 161
8.2.2 Sasaran Keuangan 161
8.3 Elemen Perencanaan Keuangan 161
8.3.1 Perencanaan Pendapatan 161
8.3.2 Perencanaan Biaya 164
8.3.2.1 Harga Pokok Penjualan 164
8.3.2.2 Biaya Pemasaran 170
8.3.2.3 Biaya Penyusutan 172
8.3.2.4 Biaya Bahan Baku 172
8.3.2.5 Biaya Gaji 180
8.3.2.6 Biaya Sewa 186
8.3.2.7 Biaya Listrik, Air dan Telepon 186
8.3.2.8 Biaya Pemeliharaan 187
8.3.3 Perencanaan Investasi 187
8.3.4 Perencanaan Pembiayaan 190
8.4 Proyeksi Keuangan 190
8.4.1 Laporan Laba Rugi 190
8.4.2 Neraca Keuangan 192
8.4.3 Arus Kas 194
8.4.4 Perubahan Modal 195
8.5 Analisa Kelayakan Investasi 197
8.5.1 *Return On Investment* 198
8.5.2 *Net Present Value* 199
8.5.3 *Payback Period* 200
8.5.4 *Internal Rate of Return* 201
8.6 Analisa Kinerja Keuangan 202
8.6.1 Rasio Likuiditas 204
8.6.1.1 Rasio Lancar 205

8.6.1.2 Rasio Cepat 206
8.6.1.3 Rasio Kas 207
8.6.1.4 Rasio Perputaran Kas 208
8.6.2 Rasio Solvabilitas 209
8.6.2.1 Rasio Hutang Terhadap Modal 209
8.6.2.2 Rasio Hutang Terhadap Aktiva 210
8.6.3 Rasio Profitabilitas 211
8.6.3.1 Margin Laba Kotor 211
8.6.3.2 Margin Laba Operasi 212
8.6.3.3 Margin Laba Bersih 213
8.6.3.4 Pengembalian Aktiva 214
8.6.3.5 Pengembalian Modal 215
BAB IX PERENCANAAN RISIKO 216
9.1 Tujuan dan Sasaran Risiko 216
9.1.1 Tujuan Risiko 216
9.1.2 Sasaran Risiko 217
9.2 Prinsip Manajemen Risiko 217
9.3 Kerangka Manajemen Risiko 219
9.3.1 Mandat dan Komitmen 219
9.3.2 Perencanaan Kerangka Kerja Manajemen Risiko 221
9.3.2.1 Pemahaman Organisasi dan Konteksnya 221
9.3.2.2 Kebijakan Manajemen Risiko 221
9.3.2.3 Akuntabilitas 221
9.3.2.4 Integrasi 221
9.3.2.5 Sumber Daya 222
9.3.2.6 Sistem Komunikasi Mekanisme Pelaporan 222
9.3.3 Penerapan Manajemen Risiko 222
9.3.3.1 Penerapan Kerangka Kerja 223
9.3.3.2 Penerapan Proses 223
9.3.3.3 *Monitoring* & *Review* Kerangka Kerja 223
9.3.3.4 Perbaikan Berkelanjutan Kerangka Kerja 224
9.4 Proses Manajemen Risiko 224

9.4.1 *Scope*, *Context* dan *Criteria* 225
9.4.2 *Risk Assessment* 227
9.4.3 *Risk Treatment* 228
9.4.4 *Risk Evaluation*..... 231
DAFTAR PUSTAKA 232