

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xxii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Bisnis yang Ditawarkan	3
1.3.1. Solusi	3
1.3.2. Definisi Bisnis	3
1.3.3. Visi dan Misi	4
II. ANALISA FAKTOR EKSTERNAL	6
2.1. Kerangka Kerja	6
2.2. PEST	6
2.2.1. Politik.....	6
2.2.2. Ekonomi.....	7
2.2.3. Sosial	10
2.2.4. Teknologi.....	12
2.3. <i>Competitive Forces</i>	13
2.3.1. <i>Rivalry Among Existing Firm</i> (Persaingan Antar Perusahaan Sejenis).	14
2.3.1.1. Jumlah Pesaing yang Ekspansi ke Sekolah Islam dan Pesantren (Bobot 0,4; Indeks 1)	14
2.3.1.2. Teknologi yang digunakan (Bobot 0,4; Indeks 2)	16
2.3.1.3. Differensiasi varian Produk (Bobot 0,2; Indeks 1).....	17

2.3.2. <i>Bargaining Power of Supplier</i> (Daya Tawar Pemasok)	17
2.3.2.1. <i>Term of Payment</i> (Bobot 0,7; Indeks 2)	17
2.3.2.2. Penetapan Harga Jual (Bobot 0,3; Indeks 1)	17
2.3.3. <i>Bargaining Power of Buyer</i> (Daya Tawar Pembeli)(Bobot 1; Indeks 1)	18
2.3.4. <i>Threats of Substitute Product</i> (Hambatan bagi Produk Pengganti)...	18
2.3.4.1. Tradisional (Bobot 0,3; Indeks 1).....	18
2.3.4.2. <i>Market Place</i> (Bobot 0,7 ; Indeks 2)	18
2.3.5. <i>Threats of New Entrants</i> (Hambatan bagi Pendatang Baru).....	19
2.3.5.1 Akses ke Sekolah Islam (Bobot 0,7; Indeks 2).....	19
2.3.5.2. <i>Capital Requirement</i> (Bobot 0,3; Indeks 3).....	20
2.3.6. Analisa Porter	20
2.4. <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	22
III. ANALISA FAKTOR INTERNAL	23
3.1. Kerangka Kerja	23
3.2. Sumber Daya (<i>Resource</i>)	23
3.2.1. Keuangan – Investasi (R1)	23
3.2.2. Keuangan – <i>Borrowing Capacity</i> (R2).....	24
3.2.3. Keuangan – <i>Cash</i> (R3)	24
3.2.4. <i>Physical – Store Location</i> (R4)	24
3.2.5. <i>Physical – Equipment</i> (R5).....	25
3.2.6. <i>Physical – Stock Reverse</i> (R6).....	25
3.2.7. Teknologi (R7)	25
3.2.8. <i>Distribution Center</i> (R8)	26
3.2.9. <i>Reputation - Brand</i> (R9)	26
3.2.10. <i>Reputation - Relationship</i> (R10).....	26
3.2.11. <i>Culture</i> (R11).....	26
3.2.12. <i>Capacity</i> (R12)	27
3.2.13. Manajemen Keuangan (R13).....	27
3.3. <i>Capabilities</i>	27
3.3.1. Pengembangan Bisnis (C1)	27
3.3.2. Pembelian (C2)	28

3.3.3.	Pemasaran dan Penjualan (C3)	28
3.3.4.	Hubungan Kelembagaan Terkait (C4).....	29
3.3.5.	Manajemen Strategik (C5).....	29
3.3.6.	Proses Distribusi (C6).....	29
3.3.7.	<i>Skill / Know How</i> (C7).....	30
3.3.8.	<i>Motivation</i> (C8)	30
3.4.	Penilaian <i>Resources</i> dan <i>Capabilities</i>	30
3.4.1.	<i>Strength and Weakness</i>	33
3.4.1.1.	<i>Key Strength</i>	33
3.4.1.2.	<i>Key Weakness</i>	34
3.5	Penetapan <i>Competitive Advantages</i>	34
IV.	STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN.....	35
4.1.	Kerangka Kerja	35
4.2.	<i>Establish Long-Term Objective</i>	35
4.3.	<i>The Input Stage</i>	36
4.3.1.	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	36
4.3.2.	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	38
4.3.3.	<i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	38
4.4.	<i>The Matching Stage</i>	39
4.4.1.	Matriks IE (<i>Internal External</i>).....	39
4.4.2.	Matriks SWOT	40
4.5.	<i>The Decision Stage</i>	41
4.6.	<i>Business Model</i>	44
V.	MARKETING PLAN	45
5.1.	Kerangka Kerja	45
5.2.	Tujuan dan Sasaran Pemasaran	46
5.2.1.	Tujuan pemasaran.....	46
5.2.2.	Sasaran Pemasaran	47
5.3.	<i>Segmenting, Targeting and Positioning</i>	47
5.3.1.	<i>Segmenting</i>	47
5.3.2.	<i>Targeting</i>	48
5.3.3.	<i>Positioning</i>	48

5.4	Strategi B2B dan B2C.....	49
5.4.1	<i>NICE</i>	49
5.4.2	<i>Marketing Mix (7P)</i>	50
5.4.2.1	<i>Product</i>	50
5.4.2.2	<i>Price</i>	51
5.4.2.3	<i>Place</i>	51
5.4.2.4	<i>Promotion</i>	51
5.4.2.5	<i>People</i>	51
5.4.2.6	<i>Process</i>	52
5.4.2.7	<i>Physical Evidence</i>	52
5.5	<i>Marketing Timeline</i>	52
5.6	Aspek Keuangan Rencana Pemasaran	53
5.6.1.	Perencanaan Pendapatan.....	53
5.6.2.	Perencanaan Dana Kebutuhan Operasi.....	55
VI.	OPERATION PLAN	56
6.1.	Kerangka Kerja	56
6.2.	Tujuan dan Sasaran Operasi.....	56
6.2.1.	Tujuan Operasi	56
6.2.2.	Sasaran Operasi	57
6.3.	Desain Operasi	57
6.3.1.	Desain Toko.....	57
6.3.2.	Desain Proses.....	61
6.3.3.	Teknologi Proses	62
6.3.4.	Pendirian Usaha.....	63
6.4.	Penghantaran Operasi.....	63
6.4.1.	Manajemen Rantai Pasok	63
6.4.2.	Perencanaan dan Pengawasan Stok Persediaan	64
6.4.3.	Manajemen Kualitas	66
6.5.	Aspek Keuangan Rencana Operasional	67
VII.	HUMAN RESOURCE PLAN.....	68
7.1.	Kerangka Kerja	68
7.2.	Tujuan dan Sasaran <i>Human Resources</i>	69

7.2.1. Tujuan <i>Human Resources</i>	69
7.2.2. Sasaran <i>Human Resources</i>	70
7.3. Budaya Perusahaan	70
7.3.1. Artefak.....	71
7.3.2. Nilai	72
7.3.3. Asumsi.....	72
7.4. Struktur Organisasi	74
7.4.1. Uraian dan Standardisasi Pekerjaan	76
7.5. Status Karyawan.....	76
7.6. Perencanaan <i>Human Resources</i>	77
7.7. Rekrutmen.....	77
7.7.1. <i>Offering</i>	77
7.7.2. Penempatan dan Orientasi	80
7.8. Pelatihan dan Pengembangan.....	80
7.9. Jenjang Karir	80
7.10. Sistem Kompensasi	81
7.10.1. <i>Direct Compensation</i>	81
7.10.2. <i>Indirect Compensation</i>	82
7.10.3. <i>Non Financial Compensation</i>	82
7.11. Evaluasi Pekerjaan	82
7.12. Hubungan Industrial.....	84
7.13. Aspek Keuangan Rencana <i>Human Resources</i>	84
VIII. FINANCIAL PLAN.....	85
8.1 Kerangka Kerja	85
8.2 Tujuan dan Sasaran Keuangan.....	86
8.2.1. Tujuan Keuangan.....	86
8.2.2. Sasaran Keuangan.....	86
8.3 Kebutuhan Dana Praoperasional	86
8.4. Perencanaan Elemen Keuangan	87
8.4.1. Perencanaan Pendapatan.....	87
8.4.2. Perencanaan Biaya Operasional (OPEX)	88
8.4.2.1. Harga Pokok Penjualan	88

8.4.2.2. Biaya Operasional	89
8.4.2.2.1. Biaya Pemasaran	89
8.4.2.2.2. Biaya Karyawan	90
8.4.2.2.3. Biaya Depresiasi.....	91
8.4.2.2.4. Biaya Bagi Hasil Bank Syariah.....	92
8.4.3. Perencanaan Investasi (CAPEX)	93
8.4.4. Perencanaan Kebutuhan Modal	93
8.4.5. Perencanaan Pembiayaan	94
8.5. Proyeksi Keuangan.....	95
8.5.1. Proyeksi Laporan Laba Rugi	95
8.5.2. Proyeksi Laporan Neraca.....	96
8.5.2.1. Persediaan	97
8.5.3. Laporan Perubahan Modal.....	98
8.5.3.1. Kebijakan Deviden.....	98
8.5.4. Proyeksi Laporan Arus Kas	98
8.6. Analisa Kelayakan Investasi	99
8.6.1. <i>Return On Investment (ROI)</i>	99
8.6.2. <i>Net Present Value (NPV)</i>	100
8.6.2.1. Perhitungan <i>Weighted Average Cost of Capital (WACC)</i>	101
8.6.2.2. Perhitungan <i>Net Present Value (NPV)</i>	101
8.6.3. <i>Break Event Point (BEP)</i>	102
8.6.4. <i>Payback Period (PP)</i>	103
8.6.5. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	104
8.7. Analisa Kinerja Keuangan	105
8.7.1. Rasio Likuiditas	105
8.7.2. Rasio Solvabilitas/ <i>Leverage</i>	106
8.7.3. Rasio Profitabilitas	106
IX. RISK PLAN	109
9.1 Kerangka Kerja	109
9.2. Tujuan dan Sasaran Risiko.....	109
9.3. Prinsip Manajemen Risiko	110
9.4. Kerangka Manajemen Risiko	111

9.5. Proses Manajemen Risiko	112
9.5.1. <i>Scope, Context, and Criteria</i>	112
9.5.2. <i>Risk Assesment</i>	113
9.5.2.1. Identifikasi Risiko	113
9.5.2.2. Analisis Risiko	115
9.5.2.3. Evaluasi Risiko	115
9.5.3. <i>Risk Treatment</i>	116
9.5.4. <i>Communication and Consultation</i>	118
9.5.5. <i>Monitoring and Review</i>	118
9.5.6. <i>Recording and Reporting</i>	119
9.6. Kesimpulan	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN