

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIv	
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Bisnis Yang Ditawarkan	4
1.4 Produk Yang Ditawarkan.....	5
1.4.1 Produk	5
1.4.2 Visi dan Misi	5
BAB II ANALISA FAKTOR EKSTERNAL	7
2.1 Kerangka Analisa	7
2.2 PEST	7
2.2.1Faktor Politik.....	7
2.2.2Faktor Ekonomi.....	9
2.2.3Faktor Sosial.....	10
2.2.4Faktor Teknologi	11
2.3Analisis Lima Kekuatan Porter	12
2.3.1 Threat of Entry	14
2.3.2 Rivalry Between Established Competitors.....	16
2.3.3 Bargaining Power of Buyers	17
2.3.4 Bargaining Power of Suppliers.....	18
2.3.5 Threat of Substitute Product.....	19
2.4 Analisis External Factor Evaluation (EFE).....	20
2.5 Strategic Groups.....	21
BAB III ANALISIS FAKTOR INTERNAL	23
3.1 Framework	23
3.2 Resource.....	23
3.2.1 Technology (R1).....	23

3.2.2 Finance (R2).....	24
3.2.3 Gedung Pabrik / Kantor (R3)	24
3.2.4 Merek Dagang (R4).....	25
3.2.5 Distribusi (R5).....	25
3.2.6 Lokasi (R6).....	25
3.3 Capabilities.....	26
3.3.1 Product Innovativeness (C1)	26
3.3.2 Marketing and Sales (C2).....	26
3.3.3 People Development (C3)	27
3.3.4 Proses Produksi (C4)	27
3.3.5 Research and Development (C5).....	28
3.3.6 Purchasing (C6).....	29
3.3.7 Hubungan dengan Pemerintah (C7)	29
3.4 Key Success Internal Factor.....	30
3.5 Competitive Advantage.....	31
3.6 Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) PT. Klonesia.....	33
BAB IV PERENCANAAN STRATEGI	34
4.1 Framework	34
4.2 Establish Long-term Objective	34
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek.....	34
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah.....	35
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang.....	35
4.3 Tahapan Input (Input Stage).....	36
4.3.1 Analisis External Factor Evaluation (EFE)	36
4.3.2 Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) PT Klonesia.....	38
4.3.3 Matrik Profil Kompetitif (Competitive Profil Matrix).....	38
4.4 Matching Stage (SWOT Matrix).....	39
4.4.1 Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Matrix	39
4.4.2 Internal External Matrix	41
4.5 Decision Stage (Matriks QSPM).....	42
4.6 The Business Model Canvas	44
4.6.1 Customer Segments.....	44
4.6.2 Value Propositions	46
4.6.3 Channels	46
4.6.4 Customer Relationship	47
4.6.5 Key Activities.....	47
4.6.6 Key Resources.....	47
4.6.7 Key Partners	48
4.6.8 Cost Structure	48
4.6.9 Revenue Stream.....	48

BAB V PERENCANAAN PEMASARAN	49
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran	49
5.1.1 Tujuan Pemasaran	49
5.1.2 Sasaran Pemasaran	49
5.2 Analisis Situasi.....	50
5.2.1 Analisis Daya Tarik Pasar	50
5.2.2 Lingkungan Pemasaran	53
5.3 Strategi Pemasaran PT.Klinesia	54
5.3.1 Segmenting, Targeting, Positioning	54
5.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	56
5.4.1 Konsep Business to Customer (B2C).....	57
5.5 Penjualan (Sales).....	59
5.5.1 Sales Team	59
5.5.2 Sales Activities	61
5.6 Net Marketing Contribution.....	62
5.7 Anggaran Biaya Pemasaran	62
BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL	63
6.1 Tahapan Pendirian Binis atau Usaha.....	63
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional.....	64
6.2.1 Tujuan Operasional	64
6.2.2 Sasaran Operasional	65
6.3 Desain Operasi	65
6.3.1 Supply Network Design	65
6.3.2 Layout dan Aliran Barang/Jasa	66
6.3.3 Process Technology.....	68
6.3.4 SIPOC.....	70
6.4 Penghantaran Operasi.....	74
6.4.1 Manajemen Rantai Pasok	74
6.4.2 Perencanaan dan Kontrol Persediaan	74
6.4.3 Manajemen Kualitas.....	75
6.5 Anggaran Operasional.....	76
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	78
7.1 Tujuan dan Sasaran HC.....	78
7.1.1 Tujuan HC	78
7.1.2 Sasaran HC	79
7.2 Budaya.....	79
7.2.1 Artifact.....	79
7.2.2 Nilai Perusahaan.....	80
7.2.3 Believe/Assumption	81
7.3 Struktur Organisasi.....	82

7.4 Perencanaan Human Capital	84
7.4.1 Recruitment	84
7.4.2 Pelatihan dan Pengembangan	86
7.4.3 Sistem Kompensasi	87
7.4.4 Status Karyawan.....	87
7.4.5 Evaluasi Pekerjaan	88
7.4.6 Pemutusan Hubungan Kerja.....	88
7.4.7 Kebijakan New Normal.....	89
7.4.8 Anggaran Biaya SDM	90
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN	93
8.1 Tujuan Dan Sasaran Keuangan	93
8.1.1 Tujuan Keuangan	93
8.1.2 Sasaran Keuangan	94
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan	94
8.2.1 Perencanaan Pendapatan	95
8.2.2 Perencanaan Biaya Terkait.....	96
8.2.3 Perencanaan Investasi.....	96
8.2.4 Perencanaan Kebutuhan Modal.....	96
8.2.5 Perencanaan Pembiayaan	98
8.3 Proyeksi Keuangan.....	99
8.3.1 Proyeksi Laporan Laba-Rugi.....	99
8.3.2 Proyeksi Neraca Keuangan	101
8.4 Analisa Kelayakan Investasi	103
8.4.1 Return on Investment (ROI).....	103
8.4.2 Return on Equity (ROE).....	103
8.4.3 Net Present Value (NPV)	103
8.4.4 Payback Period (PP).....	104
8.4.5 IRR	104
8.5 Analisa Kinerja Keuangan	104
8.5.1 Rasio Likuiditas.....	104
8.5.2 Rasio Solvabilitas/ Struktur Modal	105
8.5.3 Rasio Profitabilitas	105
8.6 Grafik Antara Sales dan Biaya DELETE.....	106
BAB IX PERENCANAAN PENGELOLAAN RISIKO	107
9.1 Tujuan Manajemen Risiko	107
9.2 Sasaran Manajemen Risiko	107
9.3 Kerangka Kerja Manajemen Risiko	108
9.3.1 Identifikasi Risiko	108
9.3.2 Identifikasi Dampak Risiko.....	109
9.3.3 Analisa Risiko	109

9.3.4 Evaluasi Risiko.....	111
9.3.5 Penanganan Mitigasi	113
9.4 Biaya Manajemen Risiko	115
BAB X PENUTUP.....	116
DAFTAR REFERENSI	117
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pertanyaan Survey 1	121
Lampiran 2. Pivot Hasil Survey 1	122
Lampiran 3. Pertanyaan Survey 2	124
Lampiran 4. Hasil Survey 2	125
Lampiran 5. Rincian Biaya Pemasaran	126
Lampiran 6. Proyeksi Penjualan Bulanan PT. Klonesia	128
Lampiran 7. Tahapan Pendirian PT. Klonesia	131
Lampiran 8. Biaya Operasional Per Bulan.....	132
Lampiran 9. Rincian tugas dan tanggung jawab Struktur Perusahaan PT Klonesia	134
Lampiran 10. Sistem Kompensasi PT Klonesia.....	142
Lampiran 11. Perencanaan SDM	144
Lampiran 12. Laporan Rugi/Laba Delete.....	154
Lampiran 13. Laporan Neraca Delete	159
Lampiran 14. Lampiran Laporan Arus Kas Delete.....	164
Lampiran 15. Asumsi Umum.....	169
Lampiran 16. COGS DELETE 10 gr dan DELETE 20 GR.....	174
Lampiran 17. Total Biaya Pelayanan Langsung DELETE 10 gr dan 20 GR .	175
Lampiran 18. Perencanaan Biaya Manajemen Resiko PT. Klonesia.....	180

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index: Sabun Pencuci Pakaian	2
Tabel 2.1 Jenis, Waktu, dan Biaya Layanan Izin Edar PKRT	8
Tabel 2.2 Rentang Penilaian Data	13
Tabel 2.3 Kompetitor PT. Klonesia	16
Tabel 2.4 Kesimpulan Analisa Porter	19
Tabel 2.5 Faktor Penentu Eksternal Melalui Matriks EFE Pada PT. Klonesia	21
Tabel 3.1 Key Success Factors Teknologi PT. Klonesia	24
Tabel 3.2 Key Success Factors Finance	24
Tabel 3.3 Key Success Factors Gedung Pabrik/ Kantor	25
Tabel 3.4 Key Success Merek dagang	25
Tabel 3.5 Key Success Distribusi.....	25
Tabel 3.6 Key Success Lokasi	26
Tabel 3.7 Key Success Factors Product Innovativeness	26
Tabel 3.9 Key Success Factors Sumber Daya Manusia.....	28
Tabel 3.10 Key Success Factors Produksi	28
Tabel 3.11 Key Success Factors Research and Development.....	29
Tabel 3.12 Key Success Factors Purchasing.....	29
Tabel 3.13 Key Success Factors Hubungan dengan Pemerintah	30
Tabel 3.14 Key Success Factors PT. Klonesia.....	30
Tabel 3.15 Analisis Faktor Penentu Internal melalui matriks IFE.....	34
Tabel 4.1 Tujuan Jangka Pendek PT. Klonesia	36
Tabel 4.2 Tujuan Jangka Menengah PT. Klonesia	36
Tabel 4.3 Tujuan Jangka Panjang PT. Klonesia	37
Tabel 4.4 Analisis faktor penentu eksternal melalui matriks EFE pada PT.Klonesia.....	38

Tabel 4.5 Analisis faktor penentu internal melalui matriks IFE pada PT. Klonesia	39
Tabel 4.6 Matrik Profil Kompetitif	40
Tabel 4.7 SWOT Matrix	41
Tabel 4.8 Matriks QSPM	43
Tabel 5.1 Tujuan Pemasaran PT. Klonesia	50
Tabel 5.2 Sasaran Pemasaran PT. Klonesia	51
Tabel 5.4 Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Sabun dan Pembersih	53
Tabel 5.5 Brand Shares Detergen di Indonesia 2014-2016.....	53
Tabel 5.6 Situasi Lingkungan Pasar.....	55
Tabel 5.7 Segmentasi PT. Klonesia	56
Tabel 5.8 Target Pasar Jangka Pendek PT. Klonesia.....	56
Tabel 5.9 Level Tingkatan Produk Detergen Tablet.....	58
Tabel 5.10 Level Tingkatan Produk Detergen Tablet.....	59
Tabel 5.11 Rencana Aktivitas Komunikasi Pemasaran	62
Tabel 5.12 Proyeksi Penjualan PT. Klonesia (Tahun ke 1 s.d Tahun ke 5).....	63
Tabel 5.13 Anggaran Biaya Pemasaran PT. Klonesia	63
Tabel 6.1 Biaya Praoperasi	78
Tabel 6.2 Biaya Asset	78
Tabel 6.3 Biaya Operasional	78
Tabel 7.1 Tujuan Human Capital	79
Tabel 7.2 Believe/Assumption.....	82
Tabel 7.3 Materi Pelatihan yang diberikan kepada karyawan	87
Tabel 7.4 Perhitungan Upah dan Benefit Sesuai Keahlian	88
Tabel 7.5 Jumlah Karyawan PT Klonesia hingga 5 tahu.....	92
Tabel 7.6 Anggaran Biaya SDM PT Klonesia.....	93
Tabel 8.1 Tujuan Keuangan.....	94
Tabel 9.1 Tujuan Manajemen Risiko PT. Klonesia.....	108

Tabel 9.2 Identifikasi Risiko.....	109
Tabel 9.3 Dampak Risiko.....	110
Tabel 9.4 Nilai Kemungkinan.....	111
Tabel 9.5 Nilai Dampak.....	111
Tabel 9.6 Penilaian Kemungkinan dan Dampak Pada kemungkinan Risiko.....	111
Tabel 9.7 Tabel Parameter Evaluasi Risiko.....	112
Tabel 9.8 Matriks Evaluasi Risiko.....	112
Tabel 9.9 Matriks Evaluasi Risiko berdasarkan pada Kemungkinan, Dampak dan Level Risiko.....	113
Tabel 9.10 Penanganan.....	114
Tabel 9.11 Biaya Manajemen Risiko.....	116

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Industri Customer Goods di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen)	3
Gambar 1.3 Logo PT. Klonesia	6
Gambar 2.1 Kerangka Analisa Lingkungan Bisnis.....	7
Gambar 2.1 Matriks O dan T Faktor Politik	8
Gambar 2.2 Persentase Konsumsi Masyarakat Berdasarkan Komponen	9
Gambar 2.3 Matriks O dan T Faktor Ekonomi	10
Gambar 2.4 Matriks O dan T Faktor Sosial	11
Gambar 2.5 Matriks O dan T Faktor Teknologi	12
Gambar 2.6 Porter Five Forces Model.....	13
Gambar 2.7 Analisis Porter Five Forces	14
Gambar 2.8 Strategic Groups PT. Klonesia.....	22
Gambar 3.1 Hubungan Antara Sumber Daya, Kemampuan dan Keunggulan Kompetitif	23
Gambar 3.2 Hypothetical Strengths dan Weakness Faktor Internal PT Klonesia	32
Gambar 4.1 Model Manajemen Strategi	35
Gambar 4.2 IE Matrix PT. Klonesia	42
Gambar 4.3 Diagram Usia Permasalahan Takaran Mencuci	45
Gambar 4.4 Business Canvas Model PT. Klonesia	46
Gambar 5.1 Framework Rencana Pemasaran	50
Gambar 5.2 Analisis Daya Tarik Pasar	51
Gambar 5.3 Tahapan Strategi Marketing	55
Gambar 5.4 Perceptual Map PT. Klonesia.....	57
Gambar 5.5 Logo dan Packaging Detergen Tablet	58
Gambar 5.6 Saluran Distribusi Direct to Customer (D2C) DELETE.....	59

Gambar 5.7 Saluran Distribusi Retail Modern DELETE.....	59
Gambar 5.8 Sales Effectiveness Drivers PT. Klonesia.....	61
Gambar 6.1 Framework Rencana Operasional	64
Gambar 6.2 Tahapan Pendirian Bisnis atau Usaha	64
Gambar 6.3 Desain Operasi	66
Gambar 6.4 Supply Network Design	67
Gambar 6.5 Layout PT. Klonesia.....	67
Gambar 6.6 Aliran Barang Produksi PT. Klonesia.....	68
Gambar 6.7 Mesin Mixing Bahan Baku Detergen Tablet.....	69
Gambar 6.8 Mesin Pencetak Detergen Tablet.....	70
Gambar 6.9 Mesin Oven Detergen Tablet	70
Gambar 6.10 Material untuk Pengemasan Detergen Tablet	71
Gambar 6.11 Mesin Press untuk Kemasan	71
Gambar 6.12 SIPOC.....	71
Gambar 6.13 Detergen Tablet yang di Packing dengan Aluminium Foil.....	72
Gambar 6.14 Paper Craft.....	73
Gambar 6.15 Manajemen Rantai Pasok	75
Gambar 7.1 Framework Sumber Daya Manusia.....	79
Gambar 7.2 Struktur Organisasi PT Klonesia.....	84
Gambar 7.3 Langkah Perencanaan Training PT Klonesia.....	87
Gambar 8.1 Kerangka Konseptual Perencanaan Keuangan.....	94
Gambar 8.2 Grafik Sales vs Biaya Operasional DELETE.....	107
Gambar 9.1 Framework Perencanaan Risiko.....	108
Gambar 9.2 Risk Management Process Based on ISO 31000	109