

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021	1
1.1.2 Perdagangan Kopi Nasional & Global.....	2
1.1.3 Beberapa Dampak Positif Konsumsi Kopi Bagi Manusia....	3
1.1.4 Dampak Kopi Instan dan Bahayanya Bagi Kesehatan.....	3
1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang	3
1.3 Solusi Bisnis.....	4
1.4 Visi dan Misi.....	5
1.4.1 Company Profile	5
 BAB II ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL	
2.1 Framework Analisis Faktor Eksternal	6
2.2 Analisis Kekuatan Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi	6
2.2.1 Faktor Politik	6
2.2.2 Faktor Ekonomi	7
2.2.3 Faktor Sosial	8
2.2.4 Faktor Teknologi	9
2.3 Analisis Kekuatan Kompetitif : Model Lima Kekuatan Porter	11
2.3.1 Persaingan Antar Perusahaan yang Bersaing	11
2.3.1.1 Indikator Jumlah Pesaing	11
2.3.1.2 Indikator Diferensiasi Bahan Baku	12
2.3.1.3 Indikator Dampak Pertumbuhan Industri Terhadap Inflasi	12
2.3.1.4 Indikator Biaya Produksi	12
2.3.2 Potensi Masuknya Pesaing Baru	12
2.3.2.1 Indikator Kebutuhan Modal.....	12
2.3.2.2 Indikator Tingkat Loyalitas Pelanggan	13
2.3.2.3 Indikator Pengetahuan dan Pengalaman	13

2.3.2.4 Indikator Kebijakan Pemerintah	13
2.3.3 Potensi Pengembangan Produk Substitusi	13
2.3.3.1 Indikator Terhadap Produk Substitusi	13
2.3.3.2 Indikator Kemudahan Produk Substitusi	13
2.3.3.3 Indikator Harga Produk Substitusi	14
2.3.4 Kekuatan Posisi Tawar Pemasok	14
2.3.4.1 Indikator Tingkat Dominasi Pemasok	14
2.3.4.2 Indikator Alternatif Pemasok	14
2.3.4.3 Indikator Persaingan Antar Pemasok	14
2.3.5 Kekuatan Daya Tawar Konsumen	14
2.3.5.1 Indikator Dominasi Pembeli	14
2.3.5.2 Indikator Izin Resmi Produk	15
2.3.5.3 Indikator Permintaan Pasar Kopi	15
2.4 Analisis Industri : Evaluasi Faktor Eksternal	16

BAB III ANALISIS FAKTOR INTERNAL

3.1 Framework Analisis Faktor Internal	18
3.2 Resource	18
3.2.1 Finance	18
3.2.2 Technology	19
3.2.3 Gedung Pabrik	19
3.2.4 Lokasi	19
3.2.5 Distribusi	20
3.3 Capabilities	20
3.3.1 Harga	20
3.3.2 Kinerja Sumber Daya Manusia	21
3.3.3 Inovasi Produk	21
3.3.4 Kinerja Marketing	22
3.3.5 Proses Produksi	22
3.4 Penilaian Faktor Internal	23
3.5 Competitive Advantage	24
3.6 Analisis Industri : Evaluasi Faktor Internal	25

BAB IV PERENCANAAN STRATEGI

4.1 Framework Perencanaan Strategi	26
4.2 Penyusunan Tujuan Jangka Panjang	26
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek	26
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	27
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	27
4.3 The Input Stage	27
4.3.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	27
4.3.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal	29
4.3.3 Matriks Profil Bersaing	30
4.4 The Matching Stage	31
4.4.1 Matriks SWOT	31

4.4.2	Matriks Internal Eksternal.....	34
4.5	The Decision Stage	34
4.6	Canvas Bussiness Model.....	37
 BAB V PERENCANAAN PEMASARAN		
5.1	Framework Perencanaan Pemasaran	38
5.2	Tujuan dan Sasaran Pemasaran	39
5.2.1	Tujuan Pemasaran	39
5.2.2	Sasaran Pemasaran	39
5.3	Segmentasi, Targeting, Positioning	40
5.3.1	Segmentasi	40
5.3.2	Targeting	41
5.3.3	Positioning	41
5.4	Marketing Mix	42
5.4.1	Product	42
5.4.1.1	Komposisi Produk	42
5.4.1.2	Formulasi Produk	43
5.4.1.3	Pelabelan	43
5.4.1.4	Kemasan	44
5.4.2	Price	44
5.4.3	Promotion	46
5.4.3.1	Above the Line	46
5.4.3.2	Below the Line	46
5.4.3.3	Through the Line	47
5.5	Sales	48
5.5.1	Sales Team	48
5.5.2	Sales Activities	49
5.5.3	Net Marketing Contribution	50
5.5.4	Anggaran Biaya Pemasaran	51
 BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL		
6.1	Framework Perencanaan Operasional	51
6.2	Tahapan Pendirian Bisnis / Usaha	52
6.3	Tujuan dan Sasaran Operasional	53
6.3.1	Tujuan Operasional	53
6.3.2	Sasaran Operasional	53
6.4	Desain Operasi	53
6.4.1	Desain Produk	54
6.4.1.1	Rancangan Kemasan	54
6.4.1.2	Kemasan Sachet dan Label	54
6.4.1.3	Kemasan Box	54
6.4.2	Layout dan Aliran Barang/Jasa	55
6.4.3	Teknologi Proses	57
6.4.4	SIPOC	57
6.5	Penghantaran Operasi	58

6.5.1	Manajemen Rantai Pasok	58
6.5.2	Perencanaan dan Kontrol Persediaan	58
6.5.2.1	Menentukan Pembelian Ekonomis	59
6.5.3	Manajemen Kualitas	60
6.5.3.1	Kualitas Mutu Fisik	60

BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

7.1	Framework Perencanaan Sumber Daya Manusia	63
7.2	Tujuan Human Capital dan Sasaran Human Capital	63
7.2.1	Tujuan Human Capital	63
7.2.2	Sasaran Human Capital	64
7.3	Budaya Perusahaan	64
7.3.1	Artifak	64
7.3.2	Seragam Perusahaan	65
7.3.3	Nilai Perusahaan	65
7.4	Struktur Organisasi	66
7.5	Perencanaan Human Capital	67
7.5.1	Rekrutmen	67
7.5.2	Teknis Pelatihan & Pengembangan	68
7.5.3	Sistem Kompensasi	68
7.5.4	Evaluasi Penilaian Pekerjaan	69
7.5.5	Peraturan Hari Kerja & Jam Kerja	69
7.5.6	Peraturan Cuti Karyawan	70
7.5.7	Pemutusan Hubungan Kerja	70
7.6	Anggaran Biaya Sumber Daya Manusia	71

BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN

8.1	Framework Perencanaan Keuangan	73
8.2	Tujuan dan Sasaran Keuangan	73
8.2.1	Tujuan Keuangan	73
8.2.2	Sasaran Keuangan	73
8.3	Elemen Perencanaan Keuangan	73
8.3.1	Perencanaan Pendapatan	73
8.3.2	Perencanaan Biaya	74
8.3.2.1	Harga Pokok Penjualan	74
8.3.2.2	Biaya Penyusutan	75
8.3.2.3	Biaya Bahan Baku	76
8.3.2.4	Biaya Sewa	77
8.3.2.5	Biaya Listrik, Air, Telepon	77
8.3.2.6	Biaya Pemeliharaan	78
8.3.3	Perencanaan Investasi	78
8.3.4	Perencanaan Kebutuhan Modal	78
8.4	Proyeksi Keuangan	78
8.4.1	Laporan Laba Rugi	79
8.4.2	Laporan Neraca Keuangan	80

8.4.3	Laporan Arus Kas	81
8.5	Analisa Kelayakan Investasi	82
8.5.1	Return On Investment	82
8.5.2	Net Present Value	82
8.5.3	Payback Period	83
8.5.4	Interest Rate of Return	83
8.6	Analisa Kinerja Keuangan	84
BAB IX PERENCANAAN MANAJEMEN RISIKO		
8.1	Framework Perencanaan Manajemen Risiko	85
8.2	Tujuan dan Sasaran Risiko	85
9.3	Prinsip Manajemen Risiko	85
9.4	Kerangka Manajemen Risiko	86
9.5	Proses Manajemen Risiko	86
9.5.1	Menentukan Ruang Lingkup, Konteks, dan Kriteria	87
9.5.2	Identifikasi Dampak Risiko	88
9.5.3	Analisis Risiko	89
9.5.4	Evaluasi Risiko	90
9.5.5	Mitigasi Risiko	92
BAB X PENUTUP	95
DAFTAR REFERENSI	96
LAMPIRAN	97