

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
RINGKASAN EKSEKUTIF	vi
EXECUTIVE SUMMARY.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang.....	4
1.2.1 <i>Job to be Done</i>	4
1.2.2 <i>Customer Pains</i> (tidak nyaman).....	4
1.2.3 <i>Customer Gains</i> (memuaskan)	4
1.3 Solusi Bisnis	5
1.3.1 <i>Pains Reliever</i>	5
1.3.2 <i>Gains Creator</i>	5
1.3.3 Definisi Bisnis.....	5
1.3.4 Profil Perusahaan	7
1.3.5 Nama dan Logo Perusahaan.....	8
1.4 Visi dan Misi	9
1.4.1 Visi Perusahaan.....	9
1.4.2 Misi Perusahaan	9
BAB II ANALISA FAKTOR EKSTERNAL.....	10
2.1 <i>Framework</i>	10
2.2 Kekuatan Kompetitif (<i>Competitive Forces</i>).....	10
2.2.1 <i>Threat of Entry</i>	11
2.2.1.1 Merek Dagang	11
2.2.1.2 Peraturan Pemerintah	12

2.2.1.3	Modal.....	12
2.2.1.4	Deferensiasi produk.....	12
2.2.1.5	<i>Channel</i>	12
2.2.2	<i>Industry Rivalry</i>	13
2.2.2.1	Jumlah Pesaing	13
2.2.2.2	Diferensiasi Produk	14
2.2.2.3	Hambatan untuk keluar	14
2.2.3	<i>Buyer Power</i>	15
2.2.3.1	Kemampuan Integrasi Mundur.....	15
2.2.3.2	Switching Cost	15
2.2.3.3	Produk Diferensiasi	15
2.2.4	<i>Supplier Power</i>	15
2.2.4.1	Konsentrasi Supplier	15
2.2.4.2	Harga Produk Supplier	15
2.2.4.3	Informasi Supplier.....	16
2.2.4.4	Ketersediaan Supplier.....	16
2.2.5	<i>Threat of Substitutes</i>	17
2.2.5.1	Kecenderungan berganti Produk	17
2.2.5.2	Harga Relative dan Performance pengganti.....	17
2.3	Analisa PEST	19
2.3.1	Faktor Politik.....	20
2.3.2	Faktor Ekonomi.....	21
2.3.3	Faktor Sosial.....	22
2.3.4	Faktor Teknologi	24
2.4	<i>Opportunity – Threat</i> PT OAM.....	25
BAB III ANALISA FAKTOR INTERNAL		26
3.1	<i>Framework</i>	26
3.2	<i>Analysis of Demand</i>	26
3.2.1	Harga (R1).....	27
3.2.2	Rasa Produk (R2).....	27
3.2.3	Proses Kemitraan (C1)	27
3.3	<i>Analysis of Competition</i>	27
3.3.1	Keuangan (R3)	27
3.3.2	Pabrik / Kantor (R4).....	28

3.3.3	Merek Dagang (R5).....	28
3.3.4	Relasi Industri Jamu (R6).....	28
3.3.5	Distribusi (R7).....	29
3.3.6	Lokasi (R8)	29
3.3.7	SDM Terampil (R9)	29
3.3.8	Inovasi Produk Baru (C2)	30
3.3.9	Kompetensi SDM (C3)	30
3.3.10	<i>Marketing dan Sales</i> (C4)	30
3.3.11	<i>People Development</i> (C5)	30
3.4	Penilaian <i>Resources</i> dan <i>Capabilities</i>	31
3.5	<i>Competitive Advantage</i> PT OAM.....	32
3.6	<i>Strength – Weaknesses</i> PT OAM.	33
BAB IV STRATEGIC PLAN		35
4.1	<i>Framework</i>	35
4.2	<i>Establish Terms Objective</i>	36
4.2.1	Tujuan Jangka Pendek.....	36
4.2.2	Tujuan Jangka Menengah	37
4.2.3	Tujuan Jangka Panjang	38
4.3	<i>The Input Stage</i>	39
4.3.1	EFE (<i>External Factor Analysis</i>) Matrix	40
4.3.2	IFE (<i>Internal Factor Analysis</i>) Matrix	41
4.3.3	CPM (<i>Competitive Profile Matrix</i>)	42
4.4	<i>The Matching Stage</i>	42
4.4.1	SWOT Matrix	42
4.4.2	IE (<i>Internal – External</i>) Matrix.....	45
4.5	<i>The Decision Stage</i>	45
4.5.1	QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	45
4.6	<i>Porter’s Generic Strategy</i>	46
4.7	<i>Lean Business Canvas Model</i>	47
4.7.1	<i>Problem</i>	47
4.7.2	<i>Customer Segments</i>	47
4.7.3	<i>Unique Value Proposition</i>	48
4.7.4	<i>Solution</i>	48
4.7.5	<i>Channels</i>	48

4.7.6	<i>Revenue Streams</i>	48
4.7.7	<i>Cost Structure</i>	48
4.7.8	<i>Key Metrics</i>	48
4.7.9	<i>Unfair Advantage</i>	48
BAB V MARKETING PLAN		50
5.1	Tujuan dan Sasaran Pemasaran	50
5.1.1	Tujuan Pemasaran	50
5.1.2	Sasaran Pemasaran	51
5.2	<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>	51
5.2.1	<i>Segmenting</i>	51
5.2.2	<i>Targeting</i>	54
5.2.3	<i>Positioning</i>	55
5.3	<i>Marketing Mix</i>	55
5.3.1	<i>Marketing Mix NICE</i>	56
5.3.1.1	<i>Networking</i>	56
5.3.1.2	<i>Interaction</i>	56
5.3.1.3	<i>Common Interest</i>	57
5.3.1.4	<i>Experience</i>	60
5.4	<i>Sales</i>	60
5.4.1	<i>Sales Aktivitas</i>	60
5.4.2	<i>Sales Tim / Personel</i>	62
5.5	Proyeksi <i>Revenue Stream</i>	62
5.5.1	Skenario dan Asumsi	62
5.5.2	<i>Sales Budget</i>	63
5.5.3	Proyeksi <i>Revenue Stream</i>	64
BAB VI OPERATIONAL PLAN		65
6.1	Tahapan Pendirian Bisnis atau Usaha	65
6.1.1	Tahapan Pendirian.....	65
6.1.2	<i>Timeline</i> pendirian.....	67
6.2	Tujuan dan Sasaran Operasional	67
6.2.1	Tujuan Operasional	67
6.2.2	Sasaran Operasional	68
6.3	Desain Operasi	68
6.3.1	Desain Produk	68

6.3.1.1	Desain Produk Jamu	68
6.3.1.2	Desain Kemitraan Jamu.....	69
6.3.2	Desain Proses	69
6.3.2.1	Desain Proses Produk Jamu	70
6.3.2.2	Desain Proses Kemitraan.....	70
6.3.2.3	Tata Cara Menjadi Mitra	72
6.3.2.4	Perjanjian, Training dan Pendampingan Mitra.....	73
6.3.2.5	Desain Tata Letak dan Aliran Barang/Jasa	74
6.3.2.6	Teknologi dan Proses Operasi.....	75
6.3.2.7	Tata Cara Maklon.....	76
6.3.2.8	SIPOC PT OAM.....	76
6.4	Penghantar Operasi.....	78
6.4.1	Manajemen Rantai Pasok.....	78
6.4.2	Perencanaan dan Kontrol Persediaan.....	78
6.4.3	Manajemen Kualitas.....	80
6.4.3.1	Inspeksi Barang Datang.....	80
6.4.3.2	Penyimpanan Barang.....	81
6.4.3.3	Pembuatan Laporan Stok.....	81
6.4.3.4	<i>Survey</i> Kepuasan Pelanggan.....	82
6.4.3.5	Saluran Distribusi Barang	82
6.5	Proyeksi <i>Operational Cost</i>	82
BAB VII HUMAN CAPITAL PLAN		85
7.1	Tujuan dan Sasaran <i>Human Capital</i>	85
7.1.1	Tujuan <i>Human Capital</i>	85
7.1.2	Sasaran <i>Human Capital</i>	86
7.2	Budaya Perusahaan.....	86
7.2.1	<i>Artifact</i> Perusahaan	87
7.2.1.1	Pakaian Kerja	87
7.2.1.2	Logo Perusahaan	87
7.2.1.3	Desain Kantor.....	88
7.2.2	Nilai Perusahaan.....	88
7.2.3	<i>Assumption / Believe</i>	88
7.3	Struktur Organisasi.....	89
7.4	Perencanaan <i>Human Capital</i>	92

7.4.1	Rekrutmen.....	92
7.4.2	Pelatihan dan Pengembangan Karyawan.....	94
7.4.3	Status Karyawan.....	96
7.4.3.1	Karyawan Tetap (PKWTT).....	96
7.4.3.2	Karyawan Kontrak (PKWT).....	97
7.4.3.3	Karyawan Mitra.....	97
7.4.4	Penilaian Kinerja Karyawan.....	97
7.4.5	Sistem Kehadiran Karyawan.....	98
7.4.6	Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).....	98
7.4.6.1	PHK dalam masa percobaan.....	98
7.4.6.2	PHK karena mengundurkan diri.....	98
7.4.6.3	PHK karena perusahaan tutup.....	98
7.4.6.4	PHK karena pensiun.....	99
7.4.6.5	PHK karena pelanggaran berat.....	99
7.4.7	Sistem Kompensasi.....	99
7.4.7.1	Kompensasi Langsung.....	99
7.4.7.2	Kompensasi Tidak Langsung.....	100
7.4.8	Kebijakan <i>New Normal</i>	101
7.5	Proyeksi <i>HR Cost</i>	101
BAB VIII FINANCIAL PLAN.....		104
8.1	Tujuan dan Sasaran Keuangan.....	104
8.1.1	Tujuan Keuangan.....	104
8.1.2	Sasaran Keuangan.....	105
8.2	Perencanaan Elemen Keuangan.....	106
8.2.1	Perencanaan Pendapatan.....	106
8.2.2	Perencanaan Biaya Operasional (OPEX).....	106
8.2.2.1	Biaya Karyawan.....	106
8.2.2.2	Biaya Marketing/Pemasaran.....	107
8.2.2.3	Biaya Operasional.....	108
8.2.2.4	Biaya terkait Management Risiko.....	109
8.2.2.5	Biaya Penyusutan.....	109
8.2.3	Perencanaan Investasi.....	110
8.2.4	Perencanaan Kebutuhan Modal.....	111
8.2.5	Perencanaan Pembiayaan.....	112

8.3	Proyeksi Keuangan.....	112
8.3.1	Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	112
8.3.2	Proyeksi Laporan Neraca	114
8.3.3	Proyeksi Laporan Arus Kas	115
8.4	Analisa Kelayakan Investasi	115
8.4.1	<i>Average Rate of Return (ARR)</i>	116
8.4.2	<i>Return On Investment (ROI)</i>	116
8.4.3	<i>Net Present Value (NPV)</i>	117
8.4.4	<i>Break Event Point (BEP)</i>	117
8.4.5	<i>Payback Period (PP)</i>	117
8.4.6	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	118
8.5	Analisa Kinerja Keuangan.....	118
8.5.1	Rasio Likuiditas	118
8.5.2	Rasio Solvabilitas/Leverage.....	119
8.5.3	Rasio Profitabilitas	119
BAB IX RISK PLAN.....		120
9.1	Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko PT OAM	120
9.1.1	Tujuan Manajemen Risiko PT OAM.....	120
9.1.2	Sasaran Manajemen Risiko PT OAM.....	121
9.2	Prinsip dan Komitmen Manajemen Risiko PT OAM	121
9.3	Kerangka Manajemen Risiko PT OAM.	122
9.4	Proses Manajemen Risiko PT OAM	123
9.4.1	Identifikasi Risiko	123
9.4.2	Identifikasi Dampak Risiko.....	128
9.4.3	Analisa Risiko	130
9.4.4	Evaluasi Risiko	132
9.4.5	Selera (<i>Appetite</i>) Risiko	136
9.4.6	Penanganan (<i>Treatment</i>) Risiko.....	136
9.4.7	Komunikasi dan Konsultasi	141
9.4.8	Pemantauan dan Pengkajian.....	141
9.4.9	Pencatatan dan Pelaporan.....	142
9.5	Biaya Manajemen Risiko PT OAM	142
PENUTUP.....		144
DAFTAR PUSTAKA		148

LAMPIRAN..... 150



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 2.1 Dasar Perhitungan <i>Porter's Five Forces</i>	150
Lampiran 5.1 Aktivitas <i>Sales</i> PT OAM Tematik.....	151
Lampiran 5.2 <i>Sales Budget</i> Bulanan PT OAM.....	152
Lampiran 5.3 <i>Asumsi Proyeksi Revenue Stream</i> Bulanan.....	154
Lampiran 5.4 Menu Kafe C-OAM.....	164
Lampiran 5.5 Menu <i>Booth</i> C-OAM.....	165
Lampiran 5.6 Mitra PT OAM dengan <i>Brand</i> sendiri.....	166
Lampiran 5.7 Progress PT OAM.....	167
Lampiran 6.1 Daftar Fasilitas Paket PT OAM.....	168
Lampiran 6.2 Surat Kesepakatan menjadi Mitra PT OAM.....	169
Lampiran 6.3 Surat Permohonan menjadi Mitra PT OAM.....	170
Lampiran 6.4 Tata Letak Ruang Produksi menurut CPOTB.....	171
Lampiran 6.5 Desain Gudang Penyimpanan.....	172
Lampiran 6.6 Alur Proses Produksi Ekstrak Maklon PT OAM.....	173
Lampiran 6.7 Alur Proses Produksi Serbuk Maklon PT OAM.....	174
Lampiran 6.8 Desain Kantor PT OAM.....	174
Lampiran 6.9 Surat Perjanjian Maklon.....	176
Lampiran 6.10 SOP Penerimaan dan Penyimpanan Barang.....	179
Lampiran 6.11 SOP <i>Survey</i> Kepuasan Pelanggan.....	181
Lampiran 6.12 SOP <i>Form Purchase Order</i> (PO) PT OAM.....	182
Lampiran 6.13 Brosur produk – produk PT OAM.....	183
Lampiran 6.14 Asumsi Perencanaan Stok Paket Produk dan Kemitraan.....	186
Lampiran 6.15 Asumsi Biaya Operasional dan Capex PT OAM Per Bulan.....	188
Lampiran 6.16 Prosedur Kerja Pramusodo.....	198
Lampiran 6.17 Hasil Riset Es Krim Jahe.....	199
Lampiran 7.1 Nilai – nilai PT OAM.....	200
Lampiran 7.2 Rincian <i>Job Discription</i> Struktur Organisasi PT OAM.....	201
Lampiran 7.3 Perencanaan Kebutuhan Karyawan PT OAM.....	207
Lampiran 7.4 Formulir Permintaan Karyawan PT OAM.....	208

Lampiran 7.5 Syarat Karyawan PT OAM.....	209
Lampiran 7.6 <i>Flow Chart</i> Proses Rekrutmen PT OAM.	211
Lampiran 7.7 Perencanaan Jumlah SDM PT OAM Per Bulan.....	212
Lampiran 7.8 Perencanaan Biaya HR <i>Cost</i> Per Bulan.....	217
Lampiran 7.9 Perhitungan Biaya BPJS.....	222
Lampiran 7.10 <i>Flow Chart</i> Pelatihan dan Pengembangan PT OAM	223
Lampiran 7.11 <i>Training Need Analisis (TNA) Sheet</i> PT OAM.....	224
Lampiran 7.12 <i>Flow Chart</i> Penilaian Kinerja PT OAM.....	225
Lampiran 7.13 <i>Sheet Goal Setting</i> Kinerja Karyawan PT OAM.....	226
Lampiran 7.14 <i>Flow Chart</i> Kehadiran PT OAM.....	227
Lampiran 7.15 <i>Sheet</i> Laporan Kehadiran PT OAM.....	228
Lampiran 7.16 <i>Detail</i> Penerapan Budaya Perusahaan PT OAM	229
Lampiran 7.17 Dasar Perhitungan Biaya Penerapan Budaya PT OAM	232
Lampiran 8.1 Laporan Laba Rugi Per Bulan	233
Lampiran 8.2 Laporan Neraca Per Bulan.....	238
Lampiran 8.3 Laporan Arus Kas Per Bulan	241
Lampiran 9.1 Perhitungan Biaya Manajemen Risiko Per Bulan	243
Lampiran 9.2 <i>Detail</i> item kegiatan Manajemen Risiko	246
Lampiran 9.3 Pemantauan dan Peninjauan Risiko PT OAM.....	247
Lampiran 9.4 Pencatatan dan Pelaporan Risiko PT OAM.....	247
Lampiran 10.1 <i>Check List Business Plan</i>	248
Lampiran 11.1 Biodata Tim Penulis	249
Lampiran 12.1 Publikasi Jurnal.....	253
Lampiran 13.1 Turnitin Naskah <i>Business Plan</i>	262

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Profil Perusahaan PT OAM	7
Tabel 2.1 Rentang Penilaian Data.....	11
Tabel 2.2 Jumlah Industri CPOTB Jamu.....	16
Tabel 2.3 Analisa <i>Porter Five Forces</i>	17
Tabel 2.4 Kesimpulan Analisa <i>Porter Five Forces</i>	18
Tabel 2.5 Evaluasi Faktor Eksternal (<i>Opportunity – Threats</i>).....	25
Tabel 3.1 Penilaian <i>Resources</i> dan <i>Capabilities</i> PT OAM.....	31
Tabel 3.2 Analisis VRIO PT OAM.....	33
Tabel 3.3 <i>Strength – Weakness</i> PT OAM	34
Tabel 4.1 Tujuan Jangka Pendek PT OAM	37
Tabel 4.2 Tujuan Jangka Menengah PT OAM	38
Tabel 4.3 Tujuan Jangka Panjang PT OAM	39
Tabel 4.4 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) PT OAM.....	40
Tabel 4.5 Evaluasi Faktor Internal (IFE) PT OAM	41
Tabel 4.6 <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) PT OAM	42
Tabel 4.7 <i>SWOT Matrix</i> PT OAM	43
Tabel 4.8 QSPM PT OAM.....	46
Tabel 5.1 Tujuan Pemasaran PT OAM	50
Tabel 5.2 Sasaran Pemasaran PT OAM.....	51
Tabel 5.3 Tahapan Pencapaian Target.	54
Tabel 5.4 <i>Sales</i> Aktivitas PT OAM.....	61
Tabel 5.5 <i>Sales</i> Tim/Personel PT OAM.....	62
Tabel 5.6 Skenario dan Asumsi <i>Revenue Stream</i> PT OAM	63
Tabel 5.7 <i>Sales Budget</i> PT OAM.....	64
Tabel 5.8 Proyeksi <i>Revenue Stream</i> PT OAM.....	64
Tabel 6.1 <i>Timeline</i> Pendirian PT OAM	67
Tabel 6.2 Tujuan Operasional PT OAM.....	67
Tabel 6.3 Sasaran Operasional PT OAM.....	68
Tabel 6.4 Materi Training untuk Mitra PT OAM	73

Tabel 6.5 Tabel Asumsi Perencanaan dan Pengendalian Stok per tahun	80
Tabel 6.6 Biaya Praoperasional dan Operasional (Opex) PT OAM	83
Tabel 6.7 <i>Capital Expenditure</i> PT OAM.....	84
Tabel 7.1 Tujuan <i>Human Capital</i> PT OAM.....	85
Tabel 7.2 Sasaran <i>Human Capital</i> PT OAM	86
Tabel 7.3 Nilai PT OAM.....	86
Tabel 7.4 <i>Assumption/Believe</i> PT OAM.....	89
Tabel 7.5 Jenis Pelatihan Karyawan dan Mitra PT OAM.....	96
Tabel 7.6 Jenis Jenis Pengembangan Karyawan PT OAM.....	96
Tabel 7.7 Perhitungan kompensasi PT OAM	100
Tabel 7.8 Perencanaan jumlah SDM PT OAM.....	102
Tabel 7.9 Biaya SDM PT OAM.....	103
Tabel 8.1. Tujuan Keuangan Perusahaan.....	105
Tabel 8.2 Sasaran Keuangan Perusahaan.....	105
Tabel 8.3 Perencanaan Pendapatan	106
Tabel 8.4 Biaya Karyawan.....	107
Tabel 8.5 Biaya Marketing.....	108
Tabel 8.6 Biaya Operasional (OPEX).....	109
Tabel 8.7 Biaya Management Risiko	109
Tabel 8.8 Biaya Penyusutan.....	110
Tabel 8.9 Biaya <i>Capital Expenditure</i> (Capex).....	111
Tabel 8.10 Perencanaan Kebutuhan Modal	112
Tabel 8.11 Pemegang Saham PT OAM	112
Tabel 8.12 Laporan Laba Rugi.....	113
Tabel 8.13 Laporan Neraca PT OAM	114
Tabel 8.14 Laporan Arus Kas PT OAM	115
Tabel 8.15 Analisa Kelayakan Investasi PT OAM	116
Tabel 8.16 Nilai NPV.....	117
Tabel 8.17 Analisa Kinerja Keuangan PT OAM	118

Tabel 9.1 Tujuan Manajemen Risiko PT OAM.....	120
Tabel 9.2 Sasaran Manajemen Risiko PT OAM.....	121
Tabel 9.3 Prinsip - Prinsip Manajemen Risiko PT OAM.....	121
Tabel 9.4 Peran dan Tanggung Jawab Manajemen Risiko PT OAM.....	122
Tabel 9.5 Identifikasi Risiko PT OAM.....	123
Tabel 9.6 Identifikasi Risiko - Penyebab - Gejala dan Kontrol PT OAM.....	124
Tabel 9.7 Dampak Risiko PT OAM.....	128
Tabel 9.8 Nilai Kemungkinan (Probabilitas).....	130
Tabel 9.9 Nilai Dampak.....	130
Tabel 9.10 Dampak Risiko PT OAM.....	131
Tabel 9.11 Parameter Evaluasi Risiko.....	132
Tabel 9.12 Matriks Evaluasi Risiko.....	133
Tabel 9.13 Besaran Risiko.....	133
Tabel 9.14 Matriks Evaluasi Risiko berdasarkan Kemungkinan, Dampak dan Level Risiko Sebelum <i>Treatment</i>	133
Tabel 9.15 Matriks Inherent Evaluasi Risiko PT OAM.....	135
Tabel 9.16 Selera Risiko PT OAM.....	136
Tabel 9.17 Penanganan Risiko PT OAM.....	136
Tabel 9.18 Matriks Evaluasi Risiko berdasarkan Kemungkinan, Dampak dan Level Risiko Setelah <i>Treatment</i>	139
Tabel 9.19 Matriks Residual Evaluasi Risiko PT OAM.....	141
Tabel 9.20 Biaya Manajemen Risiko PT OAM.....	143

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ayo Minum Jamu.....	2
Gambar 1.2 Data PHK di Indonesia, 2014 – 2020.....	2
Gambar 1.3 Prediksi Omzet Penjualan Jamu.....	2
Gambar 1.4 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur.....	3
Gambar 1.5 Rerata Konsumsi Obat Tradisional dan Modern.....	3
Gambar 1.6 <i>Value Proposition Canvas</i> PT OAM.....	6
Gambar 1.7 Alur Bisnis PT OAM.....	7
Gambar 1.8 <i>Logo dan Tagline</i> PT OAM.....	8
Gambar 2.1 <i>Framework</i> Analisa Lingkungan Bisnis Kemitraan Jamu.....	10
Gambar 2.2 Model <i>Porter Five Forces</i>	10
Gambar 2.3 <i>Acaraki in Training</i>	13
Gambar 2.4 Cafe Jamu Sido Muncul.....	13
Gambar 2.5 Merapi Farma.....	14
Gambar 2.6 Contoh Diferensiasi Produk PT OAM.....	14
Gambar 2.7 <i>Spider Diagram of Porter's Five Forces</i> PT OAM.....	19
Gambar 2.8 Analisa PEST Bisnis Kemitraan Jamu.....	19
Gambar 2.9 <i>Opportunity dan Threat</i> Faktor Politik.....	21
Gambar 2.10 Pertumbuhan Ekonomi & Inflasi Indonesia Tahun 2020.....	21
Gambar 2.11 Data PHK di Indonesia, 2014 – 2020.....	21
Gambar 2.12 Penduduk Indonesia.....	22
Gambar 2.13 <i>Opportunity dan Threat</i> Faktor Ekonomi.....	22
Gambar 2.14 Data Nasional Covid-19.....	23
Gambar 2.15 Data Stigma Jamu Pahit.....	23
Gambar 2.16 Data Gaya Hidup Sehat Masyarakat.....	24
Gambar 2.17 <i>Opportunity dan Threat</i> Faktor Sosial.....	24
Gambar 2.18 Contoh Teknologi Pendukung PT OAM.....	25
Gambar 2.19 <i>Opportunity dan Threat</i> Faktor Teknologi.....	25
Gambar 3.1 <i>Framework</i> Analisa Faktor Internal PT OAM.....	26
Gambar 3.2 Analisa <i>Resources</i>	26

Gambar 3.3 Perusahaan anggota GP Jamu Jabar dan Tim	29
Gambar 3.4 PT OAM <i>Hypothetical Strengths and Weakness</i>	32
Gambar 4.1 <i>Framework Strategic Plan</i> PT OAM	35
Gambar 4.2 <i>Input Stage, Matching Stage dan Decision Stage.</i>	35
Gambar 4.3 IE Matrix PT OAM	45
Gambar 4.4 <i>Porter's Generic Strategy</i> PT OAM	47
Gambar 4.5 <i>Lean Business Canvas Model</i> PT OAM	49
Gambar 5.1 <i>Framework Marketing Plan</i> PT OAM.....	50
Gambar 5.2 Data UMKM tahun 2010-2018.	51
Gambar 5.3 Jumlah anggota PPUIN di Indonesia tahun 2021.....	52
Gambar 5.4 Jumlah Pesantren di Indonesia	53
Gambar 5.5 Jumlah Rumah Sakit di Indonesia.....	53
Gambar 5.6 Distribusi Bidang Usaha UMKM.....	54
Gambar 5.7 <i>Positioning</i> PT OAM	55
Gambar 5.8 Presentasi Bisnis Kemitraan Jamu PT OAM	56
Gambar 5.9 Lokasi mitra yang berdekatan dengan minuman kekinian.....	59
Gambar 5.10 Nuansa <i>booth</i> jamu.....	60
Gambar 6.1 <i>Framework</i> Manajemen Operasional	65
Gambar 6.2 Tahapan Pendirian Perseroan Terbatas PT OAM	65
Gambar 6.3 Lokasi Kantor PT OAM.....	66
Gambar 6.4 Logo PT OAM	66
Gambar 6.5 Contoh Desain Produk Jamu PT OAM.....	68
Gambar 6.6 Desain Kemitraan Paket Kafe Jamu.....	69
Gambar 6.7 Proses Maklon Produk Jamu PT OAM.....	70
Gambar 6.8 Alur proses kemitraan dan <i>reorder</i> produk PT OAM.....	71
Gambar 6.9 Formulir <i>Online</i> Permohonan <i>Survey</i> Kemitraan.....	71
Gambar 6.10 Tahapan Menjadi Mitra PT OAM.....	72
Gambar 6.11 <i>Link Website</i> dan Media Sosial PT OAM	72
Gambar 6.12 Desain Denah Kantor PT OAM Lantai 1-3.....	74
Gambar 6.13 Teknologi Mesin Produksi Jamu di Maklon	75

Gambar 6.14 Teknologi Peralatan pada Laboraturium pada Tempat Maklon.....	75
Gambar 6.15 SIPOC PT OAM.....	77
Gambar 6.16 Manajemen Rantai Pasok PT OAM.....	78
Gambar 6.17 Perencanaan dan Kontrol Persediaan	79
Gambar 6.18 Metode FIFO Penyimpanan Barang di PT OAM.....	81
Gambar 6.19 Saluran Distribusi PT OAM.....	82
Gambar 7.1 <i>Framework</i> Human Capital PT OAM.....	85
Gambar 7.2 Penerapan Budaya Perusahaan PT OAM.....	87
Gambar 7.3 Struktur Organisasi PT OAM.....	91
Gambar 7.4 Langkah Proses Rekrutmen PT OAM.....	92
Gambar 7.5 Langkah Pelatihan dan Pengembangan Karyawan.	95
Gambar 7.6 <i>Finger Print</i> dan Ilustrasi <i>Shareloc</i> Karyawan.	98
Gambar 8.1. <i>Framework Financial Plan</i> PT OAM.	104
Gambar 9.1 <i>Framework Risk Plan</i> PT OAM.....	120
Gambar 9.2 Komite Manajemen Risiko PT OAM.....	122
Gambar 9.3 Proses Manajemen Risiko berdasarkan ISO 31000.	123