

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.2.1 <i>Customer Job To Be Done</i>	3
1.2.2 <i>Customer Pains</i>	3
1.2.3 <i>Customer Gains</i>	4
1.3 Solusi Bisnis	4
1.3.1 <i>Pain Relievers</i>	4
1.3.2 <i>Gain Creators</i>	4
1.3.3 <i>Product & Services</i>	4
1.4. Profil Perusahaan.....	6
1.4.1 Visi dan Misi.....	6
BAB II ANALISA EKSTERNAL	7
2.1 <i>Framework</i>	7
2.2 <i>Porter's Five Forces</i>	7
2.2.1 Persaingan antar Perusahaan Sejenis	9
2.2.2 Ancaman Pendetang Baru	9
2.2.3 Ancaman Produk Pengganti.....	11
2.2.4 Kekuatan Tawar Pemasok.....	12
2.2.5 Kekuatan Tawar Pembeli	13
2.3 Analisa PEST.....	15
2.3.1 Analisa Politik.....	15
2.3.2 Analisa Ekonomi.....	18

2.3.3 Analisa Sosial	20
2.3.4 Analisa Teknologi	21
2.4 <i>Analysis External Factor Evaluation (EFE)</i>	22
BAB 3 INTERNAL ANALYSIS	24
3.1 <i>Framework</i>	24
3.2 <i>Key Success Factor</i>	24
3.2.1 <i>Analysis Of Demand</i>	24
3.2.2 <i>Analysis Of Competition</i>	26
3.3 <i>Competitive Advantage</i>	30
3.4 <i>IFE (Internal Factor Evaluation)</i>	31
BAB IV STRATEGIC PLAN	33
4.1 <i>Framework</i>	33
4.2 <i>Establish Terms Objective</i>	33
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek	33
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	34
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	35
4.3 <i>The Input Stage</i>	36
4.3.1 <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	36
4.3.2 <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	38
4.3.3 <i>Competitive Profile Matrix</i>	39
4.4 <i>The Matching Stage</i>	41
4.4.1 SWOT Matrix	41
4.4.2 Matriks Internal Eksternal (IE).....	43
4.5 <i>The Decision Stage</i>	44
4.5.1 <i>QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)</i>	44
4.6 <i>Porter's Generic Strategy</i>	47
4.7 <i>Lean Canvas Model</i>	48
BAB V MARKETING PLAN.....	50
5. <i>Framework</i>	50
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	50
5.2 Strategi Pemasaran STP.....	51
5.3 <i>Marketing Mix (Bauran Pemasaran) NICE</i>	54

5.4 Sales.....	57
5.5 Proyeksi <i>Revenue Stream</i>	59
BAB VI OPERATIONAL PLAN.....	62
6. <i>Framework</i>	62
6.1 Tahap Pendirian Bisnis.....	62
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional.....	63
6.3 Desain Operasi.....	65
6.4 Penghantaran Operasi.....	71
6.5 Perencanaan Biaya Operasional.....	76
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA.....	78
7. <i>Framework</i>	78
7.1 Tujuan dan Sasaran <i>Human Capital</i>	78
7.2. Budaya Perusahaan	81
7.3 Struktur Organisasi.....	84
7.4 Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	84
7.5 Proyeksi <i>HR Cost</i>	90
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN.....	92
8. <i>Framework</i>	92
8.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan.....	92
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan	94
8.3 Proyeksi Laporan Keuangan.....	97
8.4 Analisa Kelayakan Inventasi.....	100
8.5 Analisa Kinerja Keuangan.....	103
BAB IX RISK PLAN.....	105
9. <i>Framework</i>	105
9.1 Tujuan dan Sasaran Manajemen Resiko.....	105
9.2 Prinsip Manajemen Resiko PT. Yonly Glass.....	106
9.3 Kerangka Manajemen Resiko PT. Yonly Glass.....	107
9.4 Proses Manajemen Resiko.....	108
DAFTAR PUSTAKA	117
DAFTAR LAMPIRAN	11919