

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Peluang Usaha .....	8
1.4 Definisi Bisnis .....	11
BAB 2 ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS .....	12
2.1 Frame Work .....	12
2.2 Analisis Pasar .....	13
2.2.1 Kebutuhan Pasar Secara General .....	13
2.2.2 Kebutuhan Pasar Secara Spesifik .....	15
2.3 Analisis Persaingan .....	16
2.3.1 Kelompok Strategik .....	17
2.3.2 Analisis Porter Five Force .....	18
2.3.2.1 Ancaman Pendetang Baru .....	21
2.3.2.2 Daya Tawar Pemasok .....	22
2.3.2.3 Daya Tawar Pembeli .....	24

2.3.2.4	Ancaman Produk Pengganti .....	32
2.3.2.5	Persaingan Antar Pemain Dalam Industri .....	33
2.4	Analisis Pasar Sasaran .....	34
2.4.1	Analisis Kemungkinan-kemungkinan Segmen Pasar .....	34
2.4.2	Studi Kualitatif .....	34
2.4.3	Segmentasi Berdasarkan Kebutuhan .....	39
2.4.4	Situasi Persaingan Fruit Combining .....	40
2.5	Paparan Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan.....	41
2.5.1	Kekuatan di Pasar .....	41
2.5.1.1	Pangsa Pasar .....	41
2.5.1.2	Keterkenalan Merek dan Kemasan Menarik .....	42
2.5.1.3	Kekuatan Distribusi.....	45
2.5.1.4	Kesetiaan Pelanggan .....	46
2.5.2	Keunggulan Biaya dan Keuangan .....	48
2.5.2.1	Harga Jual Dibandingkan dengan Pesaing-pesaing .....	49
2.5.2.2	Margin Laba Dibandingkan dengan Pesaing-pesaing.....	50
2.5.2.3	Biaya Pemasaran .....	50
2.5.2.4	Biaya Tak Terduga.....	50
2.5.2.5	Akses ke Sumber Dana .....	50
2.5.3	Produk .....	50
2.5.3.1	Keunggulan dan Keunikan Produk .....	50
2.5.3.2	Kualitas Dibandingkan Dengan Pesaing-pesaing.....	50
2.5.4	Kapasitas Produksi .....	51
2.5.5	Kemampuan dan Kompetensi .....	51
2.6	Analisis di Sekitar Lingkungan Bisnis.....	52
2.6.1	Analisis Lingkungan Bisnis Dari Segi Politik .....	52
2.6.1.1	Keketatan Birokrasi .....	52
2.6.1.2	Kestabilan Politik Daerah .....	52
2.6.1.3	Dukungan Pemerintah .....	52
2.6.2	Analisis Lingkungan Bisnis Dari Segi Ekonomi .....	53
2.6.2.1	Harga Buah.....	54

2.6.2.2	Tingkat Inflasi .....	54
2.6.2.3	Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dollar Amerika .....	55
2.6.2.4	Daya Beli Masyarakat .....	56
2.6.3	Analisis Lingkungan Bisnis Dari Segi Sosial Budaya .....	57
2.6.4	Analisis Lingkungan Bisnis Dari Teknologi .....	57
2.6.4.1	Teknologi Produk .....	58
2.6.4.2	Teknologi Proses .....	58
2.6.4.3	Teknologi Informasi dan Digital .....	58
2.6.5	Analisis Lingkungan Bisnis Dari Segi Peraturan dan Perijinan ...	59
2.6.6	Faktor Lingkungan Hidup .....	60
2.7	Skenario Planning Perusahaan.....	62
2.7.1	Mengidentifikasi Faktor Ketidakpastian/Berdampak Tinggi .....	62
2.7.2	Menjelaskan Alternatif Pola Perilaku.....	63
2.7.3	Menggabungkan Skenario Informatif .....	63
2.7.4	Deskripsi Skenario Bisnis Perusahaan .....	64
<b>BAB 3</b>	<b>STRATEGI PERUSAHAAN .....</b>	<b>66</b>
3.1	Frame Work.....	66
3.2	Profil Perusahaan.....	66
3.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	67
3.4	Tujuan dan Sasaran Perusahaan .....	68
3.4.1	Tujuan Perusahaan .....	68
3.4.2	Sasaran Perusahaan .....	69
3.5	Strategi Generik Perusahaan .....	70
3.6	Matrik Evaluasi Faktor Eksternal-Internal (EFE-IFE) dan Matriks Profil Kompetitif (CPM) .....	71
3.6.1	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	71
3.6.2	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) .....	73
3.6.3	Matriks Profil Kompetitif (CPM) .....	74
3.7	Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancama (SWOT) .....	76
3.8	Matriks Strategi Besar .....	80

3.9	Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) .....	81
BAB 4 KANVAS BISNIS MODEL .....		84
4.1	Frame Work.....	84
4.2	Tujuan Perusahaan.....	84
4.3	Model Bisnis Perusahaan .....	85
4.3.1	Customer Segments .....	86
4.3.2	Value Propositions .....	86
4.3.3	Channels .....	87
4.3.4	Customer Relationship .....	87
4.3.5	Revenue Stream .....	88
4.3.6	Key Activities .....	88
4.3.7	Key Resources .....	88
4.3.8	Key Partners .....	89
4.3.9	Cost Structure .....	89
BAB 5 RENCANA PEMASARAN .....		91
5.1	Marketing Plan .....	91
5.2.	Analisis Situasi ( <i>Situation Analysis</i> ).....	92
5.2.1	Analisis Daya Tarik Pasar .....	92
5.2.1.1	Pertumbuhan Pasar ( <i>Market Growth</i> ) .....	92
5.2.1.2	Intensitas Persaingan ( <i>Competitive Intensity</i> ).....	92
5.2.1.3	<i>Market Access</i> .....	94
5.2.2	Lingkungan Pemasaran .....	96
5.3	Tujuan Pemasaran ( <i>Market Objectives</i> ).....	97
5.4	Frame Work.....	97
5.5	Segmentasi Pasar ( <i>Market Segmentation</i> ).....	98
5.5.1	Segmen Pasar.....	98
5.5.2	Dasar Penentuan Segmen Pasar Konsumen .....	98
5.5.2.1	Segmentasi Geografis.....	99
5.5.2.2	Segmentasi Demografis.....	99

5.5.2.3	Segmentasi Psikografs.....	99
5.5.2.4	Segmentasi Perilaku.....	100
5.5.3	Sasaran Pemasaran ( <i>Target Markets</i> ).....	101
5.5.4	Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ).....	102
5.5.5	Forecast dan Expected Result.....	103
5.5.6	Sasaran Brand Awareness & Loyalty.....	103
5.6	Penetapan Posisi Pasar ( <i>Positioning</i> ).....	104
5.7	Marketing Mix.....	106
5.7.1	B2C – Business to Customer.....	106
5.7.1.1	Produk ( <i>Product</i> ).....	106
5.7.1.2	Saluran Pemasaran ( <i>Place</i> ).....	111
5.7.1.3	Harga ( <i>Price</i> ).....	112
5.7.1.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	113
5.7.2	B2B – Business to Business.....	122
5.8	Marketing Time Line.....	124
5.9	Rencana Marketing Tahunan ( <i>Annual Marketing Planning</i> ).....	125
5.10	Anggaran Komunikasi dan Pemasaran.....	126
5.11	<i>Net Marketing Contribution</i> .....	127
5.12	Sales Blue Print.....	128
5.12.1	Company Results.....	129
5.12.2	Costumer Results.....	130
5.12.3	Activities.....	131
5.12.4	Salespeople.....	131
5.12.5	Sales Effectiveness Drivers.....	132

## BAB 6 OPERASIONAL

6.1	Frame Work.....	136
6.2	Perencanaan Produk.....	136
6.2.1	Rancangan Produk.....	136
6.2.2	Rancangan Kemasan.....	138
6.3	Perencanaan Persiapan Pendirian Usaha ( <i>Start Up</i> ).....	141

6.3.1	Pengajuan Nama Perseroan Terbatas .....	141
6.3.2	Akta Perusahaan .....	142
6.3.3	Surat Keputusan Pengesahan Akte Pendirian Perusahaan dari Departemen Hukum dan HAM.....	145
6.3.4	Surat Keterangan Domisili Perusahaan.....	146
6.3.5	NPWP Perusahaan .....	147
6.3.6	Surat Izin Gangguan ( <i>Hinder Ordonantie – HO</i> ) .....	148
6.3.7	Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).....	149
6.3.8	Tanda Daftar Perusahaan (TDP).....	150
6.3.9	Pendaftaran Merek .....	151
6.3.10	Proses Izin Lingkungan.....	152
6.3.11	Merek ( <i>Brand</i> ) .....	154
6.3.12	Logo .....	154
6.4	Perencanaan Pemilihan Lokasi Perusahaan .....	156
6.4.1	Faktor Primer .....	157
6.4.1.1	Lingkungan Masyarakat .....	157
6.4.1.2	Letak dari Pasar.....	157
6.4.1.3	Letak Sumber-sumber Bahan Baku atau Pemasok .....	158
6.4.1.4	Terdapat Fasilitas Transportasi.....	158
6.4.1.5	Tenaga Kerja.....	158
6.4.1.6	Terdapatnya Sumber Energi .....	159
6.4.2	Faktor Sekunder.....	159
6.4.2.1	Supply Air.....	159
6.4.2.2	Iklim .....	160
6.4.2.3	Situasi Investasi .....	161
6.5	Perencanaan Peralatan dan Utility.....	163
6.6	Perencanaan Tata Letak dan Arus Kerja.....	165
6.6.1	Perencanaan Tata Letak .....	165
6.6.2	Perencanaan Arus Kerja .....	167
6.7	Perencanaan Proses Produksi dan Pemilihan Kapasitas .....	168
6.7.1	Strategi Proses Produksi.....	168

6.7.2	Pemilihan Kapasitas .....	171
6.8	Perancangan WI ( <i>Working Instruction</i> ).....	173
6.9	Rencana Pengendalian Persediaan dan Pengeadaan Raw Material.....	174
6.9.1	Pengadaan Langsung.....	179
6.9.2	Kontrak Jangka Panjang atau Blanket Order.....	179
6.9.3	Pelelangan Umum atau Sederhana.....	180
6.10	Perancangan Pemeliharaan Mesin dan Peralatan .....	180
6.10.1	Jenis Penurunan Kemampuan Mesin atau Peralatan.....	181
6.10.2	Tujuan Maintenance.....	182
6.10.3	Reliability Centered Maintenance (RCM) .....	182
6.11	Pengendalian Mutu .....	185
6.11.1	Standar Mutu Bahan Baku.....	186
6.11.2	Standar Mutu Supplies .....	191
6.12	Sistem Operasional Perusahaan.....	192
6.13	Penerapan Food Safety Objectives dan Performance Objectives .....	196
6.13.1	Pembentukan Tim HACCP .....	197
6.13.2	Mendeskripsikan Produk .....	198
6.13.3	Penentuan Penggunaan Produk .....	199
6.13.4	Diagram Alir Produk .....	199
6.13.5	Verifikasi Diagram Alir di Tempat .....	202
6.13.6	Analisis Bahaya .....	202
6.13.6.1	Identifikasi Bahaya .....	202
6.13.6.2	Kajian Risiko (Signifikansi) Bahaya .....	202
6.13.7	Penetapan Titik Kendali Kritis atau CCP .....	207
6.13.8	Penetapan Batas Kritis .....	209
6.13.9	Menetapkan Prosedur Monitoring .....	210
6.13.10	Menetapkan Tindakan Koreksi .....	211
6.13.11	Menetapkan Prosedur Verifikasi .....	211
6.13.12	Dokumentasi dan Rekaman Yang Baik .....	211
BAB 7 RENCANA SUMBER DAYA.....		215



7.1	Frame Work.....	215
7.2	Strategi Perusahaan.....	216
7.2.1	Visi dan Misi Perusahaan .....	216
7.2.2	Tujuan Perusahaan .....	216
7.2.3	Strategi Perusahaan .....	216
7.3	Budaya dan Nilai-nilai Perusahaan ( <i>Shared Value</i> ) .....	218
7.4	Pengembangan dan Pelatihan ( <i>Skill</i> ) .....	219
7.5	Struktur Organisasi, Tipe dan Sumber Daya Manusia .....	221
7.6	Peraturan Perusahaan ( <i>System</i> ).....	224
7.6.1	Peraturan Hari Kerja dan Jam Kerja .....	224
7.6.2	Peraturan Istirahat dan Cuti .....	224
7.6.3	Hubungan Kerja dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).....	225
7.6.4	Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) .....	230
7.6.5	Pendidikan dan Pelatihan K3.....	232
7.6.6	Kegiatan Bersama .....	233
7.7	Kepemimpinan ( <i>Style</i> ) .....	233
7.8	Pengadaan dan Penempatan Tenaga Kerja ( <i>Staff</i> ).....	234
7.8.1	Perencanaan Tenaga Kerja .....	235
7.8.2	Rekrutment .....	236
7.8.3	Perencanaan SDM.....	237
7.8.4	Evaluasi Pekerjaan .....	239
7.9	Kompensasi dan Benefit .....	242
7.10	Penilaian Kinerja ( <i>Performance Appraisal</i> ).....	244
BAB 8 PERENCANAAN KEUANGAN .....		246
8.1	Kerangka Konseptual Perencanaan Keuangan.....	246
8.2	Perencanaan Elemen Keuangan .....	248
8.2.1	Perencanaan Pendapatan ( <i>Planning of Revenues</i> ) .....	248
8.2.2	Perencanaan Biaya atau Beban ( <i>Planning of Cost/Expenses</i> ).....	250
8.2.2.1	Harga Pokok Penjualan ( <i>Cost of Goods Sales</i> ).....	250



8.2.2.2	Beban Pemasaran ( <i>Marketing Expense</i> ).....	253
8.2.2.3	Beban Administrasi dan Umum ( <i>General and Administrative Expenses</i> ) .....	255
8.2.2.4	Beban Lain-lain ( <i>Other Expense</i> ) .....	255
8.2.3	Perencanaan Investasi .....	256
8.2.3.1	Tahap Pra Operasi.....	256
8.2.3.2	Tahap Operasi.....	258
8.2.4	Perencanaan Kebutuhan Modal .....	264
8.2.4.1	Kebutuhan Modal Investasi Awal.....	264
8.2.4.2	Kebutuhan Modal Kerja .....	265
8.2.5	Perencanaan Pembiayaan .....	267
8.3	Perencanaan Anggaran.....	274
8.3.1	Anggaran Penjualan .....	274
8.3.2	Anggaran Produksi.....	277
8.3.3	Anggaran Bahan Baku .....	280
8.3.4	Anggaran Tenaga Kerja Langsung .....	284
8.3.5	Anggaran Overhead Pabrik .....	290
8.3.6	Anggaran Harga Pokok Produksi .....	294
8.3.7	Anggaran Piutang.....	296
8.4	Perencanaan Laporan Laba Rugi.....	298
8.4.1	Forecast Penjualan .....	299
8.4.2	Proyeksi Harga Pokok Penjualan ( <i>Cost of Goods Sold</i> ) .....	305
8.4.3	Proyeksi Beban Pemasaran.....	311
8.4.4	Proyeksi Beban Administrasi dan Umum .....	316
8.4.5	Pro Forma Laporan Laba Rugi .....	319
8.5	Perencanaan Neraca ( <i>Balance Sheet Planning</i> ) .....	327
8.6	Perencanaan Arus Kas ( <i>Cash Flow Planning</i> ).....	333
8.7	Analisis Kelayakan Investasi ( <i>Investment Feasibility Analysis</i> ).....	337
8.7.1	ROI (Return on Investment).....	337
8.7.2	BEP ( <i>Break Event Point</i> ).....	338
8.7.3	Contribution Margin .....	343

8.7.4	PBP ( <i>Pay Back Period</i> ).....	346
BAB 9 MANAJEMEN RISIKO DAN KESIMPULAN..... 348		
9.1	Manajemen Risiko.....	348
9.1.1	Manajemen Risiko Operasional PT Redceri Indonesia .....	349
9.1.2	Penilaian Risiko .....	351
9.1.3	Rekapitulasi Hasil Penilaian Risiko Operasional PT Redceri Indonesia .....	354
9.1.4	Penanganan Risiko .....	354
9.1.5	Ikhtisar .....	356
9.2	Kesimpulan.....	358
LAMPIRAN I : SERTIFIKASI KELAYAKAN PRODUK ..... xxv		
LAMPIRAN II : WORKING INSTRUCTION ..... xxvi		
LAMPIRAN III : PERATURAN PEMERINTAH ..... xxvii		
LAMPIRAN IV : JOB DESCRIPTION ..... xxviii		
LAMPIRAN V : SYSTEM MANAGEMENT MANUAL ..... xxix		
LAMPIRAN VI : PENILAIAN RISIKO OPERASIONAL ..... xxx		
DAFTAR PUSTAKA ..... xxxi		

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Total Supply Buah Nasional Tahun 2011-2016 .....	1
1.2 Kenaikan Pengeluaran per Kapita Konsumsi Buah Tahun 2000-2014 .....	5
1.3 Proyeksi Kenaikan Pengeluaran Perkapita Konsumsi Buah Tahun 2015-2020 .....	5
1.4 Proyeksi Kenaikan Pengeluaran Perkapita Konsumsi Buah Tahun 2015-2020 .....	6
1.5 Proyeksi Jumlah Tempat Tidur Rumah Sakit Per Kelas Daerah Jakarta-Banten Tahun 2012-2022.....	7
2.1 Proyeksi Populasi Penduduk Menengah Ke Atas DKI Jakarta dan Banten Tahun 2014-2020 .....	14
2.2 Analisis Persaingan Model Lima Kekuatan Bersaing .....	19
2.3 Daftar Distributor Makanan .....	25
2.4 Daftar Rumah Sakit Wilayah Banten .....	28
2.5 Daftar Rumah Sakit Wilayah Jakarta .....	29
2.6 Survey Tahap Kedua Perbandingan Produk Redceri dan Tarami .....	36
2.7 Situasi Persaingan .....	40
2.8 Kekuatan Pesaing .....	41
2.9 Daftar Izin yang Berkaitan dengan Pembukaan Usaha .....	60
2.10 Matriks Dampak dan Ketidakpastian .....	63
2.11 Potential Development Paths .....	63
2.12 Initial Scenario Matriks .....	64
3.1 Profil Bisnis Perusahaan .....	67
3.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal PT Redceri Indonesia .....	72
3.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal PT Redceri Indonesia .....	74
3.4 Matriks Profil Kompetitif PT Redceri Indonesia .....	75
3.5 Analisis SWOT PT Redceri Indonesia .....	77
3.6 Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT .....	78

3.7	Rumusan Strategi SO, WO, ST dan WT .....	79
3.8	Perumusan Strategi Kuantitatif QSPM .....	82
5.1	Situasi Lingkungan Pasar .....	96
5.2	Variabel Penetapan Segmen Pasar .....	98
5.3	Target Pasar Wilayah DKI Jakarta-Banten .....	101
5.4	Target Pasar PT Redceri Indonesia (skenario Most Pesimistic) .....	103
5.5	Struktur Harga PT Redceri Indonesia .....	113
5.6	Strategi PT Redceri Indonesia Menggunakan Digital Marketing .....	117
5.7	Komunikasi Pemasaran PT Redceri Indonesia Menggunakan Facebook .	118
5.8	Komunikasi Pemasaran PT Redceri Indonesia Menggunakan Instagram .	120
5.9	Marketing Timeline PT Redceri Indonesia .....	124
5.10	Annual Marketing Planning PT Redceri Indonesia .....	125
5.11	Rencana Anggaran Komunikasi dan Pemasaran PT Redceri Indonesia ...	126
5.12	Net Marketing Contribution .....	127
6.1	Investasi Peralatan Dan Utility .....	163
6.2	Investasi Peralatan Dan Utility .....	164
6.3	Tahapan Proses Produksi .....	170
6.4	Tujuan Operasional PT Redceri Indonesia .....	171
6.5	Sasaran Operasional PT Redceri Indonesia .....	172
6.6	Operasional Breakdown dan Kapasitas .....	173
6.7	Karakteristik Ciri-ciri Barang .....	175
6.8	Kategori Bahan Baku dan Strategi Pengadaan .....	178
6.9	Tujuan Maintenance .....	182
6.10	Standar Air Bersih .....	187
6.11	Standar Mutu Internasional berdasarkan ISO 9002 untuk Produk Karagenan .....	188
6.12	Syarat mutu gula kristal putih (SNI-3140-200/Rev 2005).....	189
6.13	Company Goals For KPI PT Redceri Indonesia .....	195
6.14	Deskripsi Produk Redceri Orange .....	199
6.15	Diagram Alir Proses .....	200
6.16	Penentuan Kategori Risiko Atau Signifikansi Bahaya .....	203

6.17 Analisis Bahaya Produksi .....	205
6.18 Hasil Penetapan CCP .....	209
6.19 HACCP Plan PT Redceri Indonesia .....	213
7.1 Penjabaran Budaya Perusahaan .....	219
7.2 Tujuan Pengembangan dan Pelatihan .....	220
7.3 Tahapan Pengembangan dan Pelatihan .....	220
7.4 Rencana Pelatihan Karyawan .....	221
7.5 Tujuan Perencanaan STO dan SDM .....	221
7.6 Sasaran Perencanaan STO dan SDM .....	221
7.7 Peraturan Hari Kerja, Jam Kerja dan Perhitungan Lembur .....	224
7.8 Jenis Cuti .....	225
7.9 Penyebab Perjanjian Kerja Berakhir .....	225
7.10 Tujuan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) .....	231
7.11 Hak dan Kewajiban K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) .....	231
7.12 Ciri-ciri Kemimpinan PT Redceri Indonesia .....	234
7.13 Job Analysis .....	235
7.14 Alur Seleksi dan Penempatan Karyawan .....	236
7.15 HR Planning Headcount & Salary Y0 sampai dengan Y5 (Skenario Most Likely) .....	237
7.16 Point Method Penggolongan Karyawan .....	239
7.17 Variable Kompensasi .....	240
7.18 Komposisi Penentu Nilai Variable Kompensasi .....	240
7.19 Penggolongan Karyawan .....	241
7.20 Parameter Key Performance Indicator PT Redceri Indonesia .....	244
7.21 Pembobotan Nilai Key Performance Indicator PT Redceri Indonesia .....	245
8.1 Perkiraan Penjualan Tahun Pertama (Y0)) .....	249
8.2 Perkiraan Penjualan (Y0 ~ Y5) .....	249
8.3 Asumsi Pemodelan Pemasaran .....	249
8.4 Komponen Harga Pokok Penjualan.....	252
8.5 Komponen Beban Pemasaran .....	254
8.6 Perincian Komponen Beban Administrasi dan Umum .....	255

8.7	Biaya Pra-Operasi .....	257
8.8	Initial Investment .....	258
8.9	Tarif Penyusutan Berdasarkan Pasal 11 UU PPh .....	260
8.10	Daftar Umur Manfaat dan Metode Penyusutan .....	260
8.11	Aset Tetap .....	261
8.12	Daftar Penyusutan Mesin dan Peralatan .....	262
8.13	Daftar Penyusutan Perlengkapan Kantor .....	263
8.14	Kebutuhan Modal Investasi Awal .....	265
8.15	Kebutuhan Modal Kerja .....	266
8.16	Kebutuhan dan Pemakaian Modal .....	273
8.17	Anggaran Penjualan Tahun (Y0) .....	276
8.18	Anggaran Produksi Tahun (Y0) .....	279
8.19	Daftar Kebutuhan Bahan Baku dan Bahan Bantu .....	281
8.20	Anggaran Biaya Bahan Baku dan Bahan Bantu .....	282
8.21	Anggaran Tenaga Kerja Langsung .....	287
8.22	Biaya Overhead Pabrik & Asumsi Perhitungan BOP .....	292
8.23	Pengidentifikasian Biaya Overhead Pabrik ke dalam Kategori Aktivitas. ....	292
8.24	Aktivitas Biaya Produksi .....	293
8.25	Alokasi Perhitungan <i>Sistem Activity Based Costing</i> (ABC) Tahun Y0 ....	293
8.26	Tarif Kelompok Biaya Overhead Pabrik dengan <i>Sistem Activity Based Costing</i> (ABC) .....	293
8.27	Perhitungan Harga Pokok Produksi Redceri Orange Per Unit dengan <i>Sistem Activity Based Costing</i> (ABC) .....	295
8.28	Perhitungan Harga Pokok Produksi Redceri Carica Per Unit dengan <i>Sistem Activity Based Costing</i> (ABC) .....	295
8.29	Asumsi Penyusunan Anggaran Piutang .....	296
8.30	Anggaran Piutang .....	297
8.31	Forecast Penjualan pada Y0 .....	302
8.32	Forecast Penjualan pada Y0 .....	303
8.33	Forecast Penjualan pada Y0 - Y5 .....	304
8.34	Proyeksi Harga Pokok Penjualan Y0 – Redceri Orange .....	306



8.35	Proyeksi Harga Pokok Penjualan Y0 – Redceri Carica .....	307
8.36	Proyeksi Harga Pokok Penjualan Y0 – Total .....	308
8.37	Asumsi Penyusunan Proyeksi Harga Pokok Penjualan Y0-Y5 .....	309
8.38	Proyeksi Harga Pokok Penjualan Y0-Y5 .....	310
8.39	Asumsi Proyeksi Beban Pemasaran (Y0) .....	311
8.40	Proyeksi Beban Pemasaran (Y0) .....	312
8.41	Asumsi Proyeksi Beban Pemasaran (Y0-Y5) .....	313
8.42	Proyeksi Beban Pemasaran (Y0-Y5) .....	314
8.43	Proyeksi Beban Administrasi dan Umum (Y0) .....	316
8.44	Asumsi Perhitungan Proyeksi Beban Administrasi dan Umum .....	316
8.45	Proyeksi Beban Administrasi dan Umum (Y0-Y5) .....	317
8.46	Asumsi Perhitungan Proyeksi Beban Administrasi dan Umum (Y0-Y5). .....	318
8.47	Jadwal Pembayaran Cicilan Pokok dan Bunga Pinjaman.....	320
8.48	Proyeksi Pembagian Dividen dan Laba Ditahan.....	323
8.49	Pro Forma Laporan Laba Rugi Y0 .....	324
8.50	Pro Forma Laporan Laba Rugi Y0-Y5.....	325
8.51	Alokasi Laba Bersih.....	330
8.52	Neraca Pro Forma Per 31 Desember Y0 dan 31 Desember Y1 .....	331
8.53	Laporan Arus Kas Proforma .....	335
8.54	Perhitungan ROI .....	338
8.55	Formula BEP Unit dan BEP Rupiah .....	340
8.56	Perhitungan BEP Redceri Orange .....	341
8.57	Perhitungan BEP Redceri Carica .....	342
8.58	Perhitungan <i>Contribution Margin</i> Redceri Orange .....	344
8.59	Perhitungan <i>Contribution Margin</i> Redceri Carica .....	345
8.60	Perhitungan <i>Payback Period</i> .....	347
9.1	Perbedaan Tradisional Risk Management dengan ERM .....	350
9.2	Level dan Deskripsi Dimensi Kemungkinan Terjadi Risiko ( <i>Likelihood</i> ) .....	353
9.3	Level dan Deskripsi Dimensi Dampak Risiko ( <i>Impact</i> ) .....	353
9.4	Matriks Dampak dan Kemungkinan Terjadi .....	354





9.5 Jenis Penanganan Risiko Operasional PT Redceri Indonesia ..... 356

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Manajemen Strategis Komprehensif .....	12
2.2 Jumlah Konsumsi Plastik di Indonesia Menurut Jenis Produknya .....	15
2.3 Kelompok Stratejik .....	17
2.4 Model Porter Five Forces .....	18
2.5 Kategori Produk Pangan Berdasarkan Asal Bahan Baku Pangan .....	23
2.6 Distribusi Produk Pangan Berdasarkan Karakteristik Penanganan .....	24
2.7 Infographis Survey Tahap Ke-1 Ketertarikan Konsumen .....	35
2.8 Pasar Sasaran Perusahaan Berdasarkan Kebutuhan Produk Fruit Combining .....	39
2.9 Grafik Tingkat Inflasi Bulanan Nasional .....	55
2.10 Grafik Nilai Tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika .....	56
3.1 The Strategy-Formulation Analytical Framework .....	66
3.2 Diagram SWOT PT Redceri Indonesia .....	76
3.3 Diagram Matrik SWOT .....	78
3.4 Grand Strategy Matrix .....	80
3.5 Grafik Grand Strategy .....	80
4.1 Business Canvas Model Framework .....	84
4.2 Model Bisnis Perusahaan .....	85
5.1 Three Levels of Organizational Planning .....	91
5.2 Analisis Daya Tarik Pasar .....	92
5.3 Pertumbuhan Pengeluaran Buah Per Bulan Per Kapita .....	93
5.4 Saluran Pemasaran PT Redceri Indonesia .....	95
5.5 Marketing Framework .....	97
5.6 Langkah-langkah Segmentasi Pasar .....	98
5.7 Model Pemasaran Serba-Sama .....	102
5.8 Positioning Statement .....	105
5.9 Lima Tingkatan Produk .....	106

5.10	Logo Perusahaan .....	109
5.11	Logo Brand Perusahaan .....	109
5.12	Logo Produk .....	110
5.13	Kombinasi Kapasitas Produksi .....	111
5.14	Mapping Penggunaan Perangkat Untuk Akses Internet .....	116
5.15	Hubungan Antar Dimensi Organisasi Sales .....	128
5.16	<i>Sales System</i> PT Redceri Indonesia .....	135
6.1	Operational Strategy Element .....	136
6.2	Technical Drawing Cup Plastik .....	138
6.3	Desain Lid Cup Redceri Orange .....	139
6.4	Desain Lid Cup Redceri Carica .....	139
6.5	Desain Sendok Jelly .....	140
6.6	Desain Karton Packing .....	140
6.7	Tahap-tahap Pendirian PT .....	141
6.8	Peta Lokasi Perusahaan dan Aksesnya .....	142
6.9	Prosedur Pembuatan Akta Pendirian PT .....	144
6.10	Prosedur Pembuatan SKDP .....	144
6.11	Proses Pembuatan NPWP secara online .....	147
6.12	Pendaftaran NPWP melalui KPP .....	148
6.13	Prosedur Pembuatan HO .....	149
6.14	Prosedur Pembuatan SIUP .....	150
6.15	Prosedur Pembuatan TDP .....	151
6.16	Prosedur Permohonan Merek dan Logo .....	152
6.17	Proses Izin Lingkungan .....	153
6.18	Logo Perusahaan .....	154
6.19	Logo Brand Perusahaan .....	155
6.20	Logo Produk .....	156
6.21	Overview Citra Raya Bizlink dari Depan .....	156
6.22	Konservasi Air Citra Raya .....	159
6.23	Proses Water Recycle - WTP Citra Raya .....	160
6.24	Denah Tata Letak dan Fasilitas .....	166

6.25	Arus Kerja PT Redceri Indonesia .....	167
6.26	Alur Proses Produksi .....	169
6.27	Supply Positioning Model .....	175
6.28	Strategi Menuju Leverage .....	176
6.29	Matrik Kraljic Box .....	176
6.30	Komponen RCM .....	184
6.31	Konsep Sistem Operasional .....	193
6.32	Diagram Pohon Keputusan Penentuan CCP .....	208
7.1	Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia .....	215
7.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	223
8.1	Kerangka Konseptual Perencanaan Keuangan .....	246
8.2	Framework Laporan Laba Rugi .....	299
8.3	Grafik Forecast Penjualan pada Y0 .....	303
8.4	Grafik Forecast Penjualan Y0 – Y5.....	305
8.5	Grafik Net Income Y0 – Y5.....	327
9.1	Terminologi COSO ERM .....	350
9.2	Pendekatan Aessment berbasis COSO ERM .....	351