

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	v
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR GRAFIK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.2.1 Jobs To Be Done	3
1.2.2 Customer Pains	3
1.2.3 Customer Gains	3
1.3 Solusi Bisnis	4
1.3.1 Pain Relievers	4
1.3.2 Gain Creators	4
1.3.3 Product & Services	5
1.4. Visi Dan Misi	6
1.4.1 Profil Resto MahKong	6

1.4.2 Visi dan Misi	7
1.4.3 Logo & Tagline	7
1.4.4 Filosofi Logo Resto MahKong	7
BAB II ANALISA FAKTOR EKSTERNAL	9
2.1 Kerangka Kerja.....	9
2.2 Kekuatan Kompetitif (<i>Competitive Forces</i>)	9
2.2.1 Hambatan Bagi Pendetang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>)	10
2.2.3 Hambatan Bagi Produk Pengganti (<i>Threat of Substitute Products</i>)	12
2.3.5 Tingkat Persaingan Dengan Industri Sejenis (<i>Rivalry Among Existing Firms</i>)	13
2.3.6 Analisa Porter	14
2.3 Analisis PEST.....	16
2.3.1 Analisa Politik	16
2.3.2 Analisa Ekonomi	17
2.3.3 Analisa Sosial	21
2.3.4 Analisa Teknologi	23
2.4 Opportunity & Threat External Factor Evaluation (EFE)	23
BAB III ANALISA FAKTOR INTERNAL	24
3.1 Framework	25
3.2 Analysis of demand	26
3.2.1 Lokasi yang strategis (R1)	26
3.2.2 Teknologi (R2)	26
3.2.3 Desain Eksterior dan Interior yang menarik (R3)	26
3.2.4 Fasilitas (R4)	26
3.3 Analysis of competition	27

3.3.1 Rasa yang lezat (C1)	27
3.3.2 Varian menu yang inovatif (C2)	28
3.3.3 Chef yang handal (C3)	28
3.3.4 Layanan Pelanggan Prima (C4)	28
3.3.5 Sumber daya manusia yang unggul (C5)	29
3.3.6 Strategi marketing melalui iklan di media sosial dan influencer (C6)	29
3.4 Penilaian resource dan capability	30
3.5 Competitive advantage.....	31
3.6 Strength – Weakness (IFE).....	32
BAB IV PERENCANAAN STRATEGI	33
4.1 Framework.....	33
4.2 Establish Terms Objective.....	33
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek	33
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	34
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	36
4.3 The Input Stage.....	37
4.3.1 External Factor Evaluation	37
4.3.2 Internal Factor Evaluation	38
4.3.3 Competitive Profile Matrix	39
4.4 The Matching Stage.....	40
4.4.1 Analisis SWOT	40
4.4.2 IE Matrix	42
4.5 The Decision Stage.....	42
4.5.1 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	43

4.6	Busines Level Strategy	45
4.7	Lean Canvas Model	45
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN		47
5.1	Tujuan dan Sasaran Pemasaran	47
5.1.1	Tujuan Pemasaran	47
5.1.2	Sasaran Pemasaran	48
5.2	Segmenting, Targeting and Positioning.....	49
5.2.1	Segmenting	49
5.2.2	Targeting	49
5.2.3	Positioning	50
5.3	Marketing Mix	51
5.3.1	Product	51
5.3.2	Price	52
5.3.3	Promotion	52
5.3.4	Place	53
5.3.5	People	54
5.3.6	Physical Evidence	54
5.3.7	Process	54
5.4	Sales.....	55
5.4.1	Sales Activities	55
5.4.2	Sales Team	56
5.4.3	Sales Budget	56
5.5	Proyeksi Revenue Stream.....	57
5.6	Net Marketing Contribution (NMC).....	58

BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL	59
6.1 Tahapan Pendirian Bisnis/Usaha.....	59
6.1.1 Pengajuan Nama Perseroan Terbatas	60
6.1.2 Akta Pendirian Perusahaan	60
6.1.3 Surat Keputusan Pengesahan Akta Pendirian Perusahaan	61
6.1.4 Surat Keterangan Domisili Perusahaan	61
6.1.5 NPWP Perusahaan	62
6.1.6 Surat Izin Usaha Perdagangan	62
6.1.7 Tanda Daftar Perusahaan	63
6.1.8 Pendaftaran Merek	63
6.1.9 Izin Lingkungan	64
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional	65
6.2.1 Tujuan Operasional	65
6.2.2 Sasaran Operasional	65
6.3 Desain Operasi.....	66
6.3.1 Desain Produk dan Proses	66
6.3.2 Desain Layanan	68
6.3.3 Service Blue Print	68
6.3.4 Desain Layout Resto MahKong	69
6.4 Penghantaran Operasi.....	70
6.4.1 Operasional Supply Chain Management	70
6.4.2 Perencanaan dan Kontrol Persediaan	71
6.4.3 Manajemen Mutu	72
6.4.4 Riset and Development	73

6.4.5 E-MahKong	73
6.4.6 Pengawasan Kondisi Peralatan	73
6.4.7 Pengawasan Kualitas Proses dan Produk/Jasa	73
6.5 Operational Budget.....	74
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	77
7.1 Tujuan dan Sasaran Human Capital	77
7.1.2 Sasaran Human Capital	78
7.1.3 Strategi Human Capital	79
7.1.4 Implementasi dalam kerangka McKensey 7S	79
7.2 Budaya Perusahaan.....	80
7.2.1 Artifacts	81
7.2.2 Logo Perusahaan	81
7.2.3 Seragam	82
7.2.4 Layout Kantor	82
7.2.5 Nilai Perusahaan	83
7.2.6 Asumsi SDM	83
7.3 Struktur Organisasi.....	84
7.3.1 Deskripsi Pekerjaan	85
7.4 Perencanaan Sumber Daya Manusia	85
7.4.1 Estimasi Jumlah Karyawan	85
7.4.2 Rekrutmen	86
7.4.3 Pelatihan dan Pengembangan	86
7.4.3 Sistem Kompensasi	88
7.4.3.1 Kompensasi Finansial secara langsung	88

7.4.3.2 Kompensasi Finansial Tidak Langsung	88
7.4.3.3 Kompensasi Non Finansial	89
7.4.4 Evaluasi Pekerjaan	89
7.4.5 Pemutusan Hubungan Kerja	90
7.5 Proyeksi HR Cost	90
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN	93
8.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan	93
8.1.1 Tujuan Keuangan	93
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan.....	95
8.2.1 Perencanaan Pendapatan	96
8.2.2 Cost Planning	96
8.2.3 Investment Planning	97
8.2.4 Rencana Permodalan	97
8.3. Financial Projection	98
8.3.1 Proyeksi Laba Rugi	98
8.3.2 Proyeksi Neraca	99
8.3.3 Proyeksi Arus Kas	99
8.4 Analisa Kelayakan Investasi	100
8.4.1 Return on Investment	100
8.4.2 Net Present Value	100
8.4.3 Payback Period	100
8.4.4 Internal Rate of Return	101
8.5 Analisa Kinerja Keuangan	101
8.5.1 Rasio Likuiditas	101

8.5.2 Rasio Solvabilitas	102
8.5.3 Rasio Profitabilitas	102
BAB IX PERENCANAAN RISIKO	103
9.1 Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko	103
9.1.1 Tujuan Manajemen Risiko	103
9.1.2 Sasaran Manajemen Risiko	103
9.2 Kerangka Manajemen Risiko	104
9.2.1 Identifikasi Risiko	104
9.2.2 Analisa Risiko	105
9.4.4 Evaluasi Risiko	107
9.4.5 Penanganan Mitigasi	109
9.4.6 Biaya Manajemen Risiko	111
PENUTUP	112
LAMPIRAN – LAMPIRAN	120
Lampiran 1. Perencanaan Pendapatan (per Bulan).....	120
Lampiran 2. Capital Expenditure.....	122
Lampiran 3. Operating Expenditure	123
Lampiran 4. Biaya Marketing (per Bulan)	124
Lampiran 5. Biaya Operasional (per Bulan).....	127
Lampiran 6. Biaya SDM (per Bulan)	130
Lampiran 7. Proyeksi Laporan Perubahan Modal (per Buln)	137
Lampiran 8. Proyeksi Laporan Laba Rugi (per Bulan)	139
Lampiran 9. Proyeksi Neraca (per Bulan).....	145
Lampiran 10. Proyeksi Arus Kas (per Bulan)	148
Lampiran 11. Analisis Kelayakan Investasi	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Singkong di Indonesia.....	1
Tabel 2.1 Rentang Penilaian Data	10
Tabel 2.2 Perhitungan Porter,s Five Forces Resto MahKong	14
Tabel 2.3 Bobot Nilai Porter’s Five Forces Resto MahKong	15
Tabel 2.4 Peranan Lapangan Usaha Terhadap PDRB	18
Tabel 2.5 Evaluasi Faktor Eksternal.....	24
Tabel 3.1 Key Success Internal Factors Resto MahKong	30
Tabel 3.2 Analisa VRIN Resto MahKong.....	31
Tabel 3.3 Evaluasi Faktor Internal’	32
Tabel 4.1 Tujuan Jangka Pendek Resto MahKong.....	34
Tabel 4.2 Tujuan Jangka Menengah Resto MahKong	35
Tabel 4.3 Tujuan Jangka Panjang Resto MahKong	36
Tabel 4.4 External Factor Evaluation (EFE)	37
Tabel 4.5 Internal Factor Evaluation (IFE)	38
Tabel 4.6 Competitive Profile Matrix.....	39
Tabel 4.7 SWOT Matrix Resto MahKong.....	40
Tabel 4.8 Quantitative Strategic Planning Matrix Analysis	48
Tabel 4.9 Porter’s Generic Force	45
Tabel 4.10 Lean Canvas Model Resto MahKong.....	46
Tabel 5.1 Tujuan Pemasaran Resto MahKong.....	47
Tabel 5.2 Sasaran Pemasaran Resto MahKong.....	50
Tabel 5.3 Segmentasi Resto MahKong	49
Tabel 5.4 Targeting Resto MahKong	49
Tabel 5.5 Deskripsi Produk Resto MahKong.....	51
Tabel 5.6 Promosi Resto MahKong	52
Tabel 5.7 Kegiatan Penjualan Resto MahKong.....	55
Tabel 5.8 Sales Effectiveness Drivers Resto MahKong.....	56

Tabel 5.9 Sales Budget Resto MahKong	57
Tabel 5.10 Proyeksi Revenue Stream Resto MahKong	57
Tabel 5.11 Net Marketing Contribution (NMC).....	58
Tabel 6.1 Tujuan Operasional.....	65
Tabel 6.2 Sasaran Operasional.....	65
Tabel 6.3 Biaya Operasional.....	75
Tabel 6.4 Biaya Bahan Baku	75
Tabel 6.5 Biaya Perolehan Asset	75
Tabel 6.6 Biaya Pra Operasional	76
Tabel 7.1 Tujuan Human Capital.....	77
Tabel 7.2 Sasaran Human Capital.....	78
Tabel 7.3 Strategi Human Capital.....	79
Tabel 7.4 Resto MahKong dilihat dari McKinsey	80
Tabel 7.5 Penjabaran Budaya perusahaan	81
Tabel 7.6 Penjabaran Nilai Perusahaan	83
Tabel 7.7 Asumsi SDM Resto MahKong	84
Tabel 7.8 Evaluasi Pekerjaan.....	89
Tabel 7.9 Penilaian Kinerja karyawan Resto MahKong.....	90
Tabel 7.10 Perencanaan Jumlah dan Biaya gaji karyawan Resto MahKong.....	91
Tabel 7.11 Anggaran Biaya Perencanaan HC.....	91
Tabel 7.12 Perbandingan dengan pos yang lain.....	92
Tabel 8.1 Tujuan Perencanaan Keuangan.....	94
Tabel 8.2 Sasaran Perencanaan Keuangan.....	95
Tabel 8.3 Asumsi Perencanaan Keuangan.....	96
Tabel 8.4 Revenue Projection Summary	96
Tabel 8.5 Cost per Department Summary.....	97
Tabel 8.6 Tabel Perencanaan Kebutuhan Modal	97
Tabel 8.7 Struktur Kepemilikan Modal PT Rumah Singkong Indonesia	98
Tabel 8.8 Laporan Laba Rugi PT Rumah Singkong Indonesia	98
Tabel 8.9 Neraca PT Rumah Singkong Indonesia.....	99

Tabel 8.10 Laporan Arus Kas PT Rumah Singkong Indonesia.....	99
Tabel 8.11 Analisa Kinerja Keuangan.....	101
Tabel 9.1 Identifikasi Risiko	105
Tabel 9.2 Analisa Risiko	105
Tabel 9.3 Kriteria Kemungkinan Risiko.....	106
Tabel 9.4 Kriteria Dampak Resiko	106
Tabel 9.5 Analisa Kemungkinan dan Dampak Pada Kemungkinan Risiko	107
Tabel 9.6 Parameter Evaluasi Risiko.....	107
Tabel 9.7 Matriks Evaluasi Risiko	108
Tabel 9.8 Penanganan Mitigasi	109
Tabel 9.9 Analisa Kemungkinan dan Dampak Setelah Mitigasi.....	110
Tabel 9.10 Matriks Evaluasi Risiko Setelah Mitigasi	110
Tabel 9.11 Biaya Management Risiko	108
Tabel 10.1 Hasil Analisis Eksternal Strategic Plan Resto MahKong.....	113
Tabel 10.2 Hasil Analisis Internal Strategic Plan Resto MahKong	113
Tabel 10.3 PP, NPV, IRR, ROE Resto MahKong.....	115