

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Bisnis Yang Ditawarkan	6
1.4. Produk Yang Ditawarkan	8
1.4.1. Produk.....	8
1.4.1.1. Aircraft Interior Cleaning	8
1.4.1.2. Aircraft Exterior Cleaning.....	9
1.4.1.3. Pushback Car.....	10
1.4.1.4. Marshalling	10
1.4.1.5. Buses	11
1.4.1.6. Paxstair.....	11
1.4.2. Visi Misi Perusahaan.....	12
1.4.2.1 Visi Perusahaan	12
1.4.2.2 Misi Perusahaan.....	12
1.4.2.3 Logo Perusahaan.....	12
BAB II ANALISA LINGKUNGAN BISNIS	13
2.1. Kerangka Analisa.....	13
2.2. <i>PEST</i>	13
2.2.1. Politik dan Hukum.....	13
2.2.2. Ekonomi.....	14
2.2.3. Sosial	15
2.2.4. Teknologi.....	16
2.3. Analisa Lima Kekuatan Porter.....	17
2.3.1. Ancaman Pendetang Baru	18
2.3.1.1. Kebutuhan Modal	18
2.3.1.2. Skala Ekonomi	19
2.3.1.3. Deferensi Produk.....	19

2.3.1.4. Akses Kesaluran Distribusi	19
2.3.1.5. Kebijakan Pemerintah	20
2.3.2. Ancaman Produk Pengganti	20
2.3.2.1. Produk Pengganti	20
2.3.2.2. Harga Produk Pengganti	21
2.3.2.3. Pangsa Pasar Produk Pengganti	21
2.3.3. Daya Tawar Pembeli	22
2.3.3.1. Pangsa Pasar Pembeli	22
2.3.3.2. Informasi produk	22
2.3.3.3. Biaya Pengalihan Produk Pengganti	23
2.3.3.4. Laba Pembeli	23
2.3.4. Daya Tawar Pemasok	23
2.3.4.1. Dominasi Pemasok	23
2.3.4.2. Kepentingan Produk Pemasok	24
2.3.4.3. Integrasi Maju	24
2.3.4.4. Pasar Pemasok	24
2.3.5. Persaingan Antar Pemain	24
2.3.5.1. Jumlah Pesaing	24
2.3.5.2. Defferensi Produk	25
2.3.5.3. Pertumbuhan Industri	25
2.3.5.4. Biaya Tetap	26
2.3.5.5. Hambatan Pengunduran Diri	26
2.3.6. Hasil Analisis <i>Porter Five Forces</i>	27
2.4. Peluang Bisnis (<i>Business Opportunity</i>)	29
2.5. <i>Business Threats</i>	30
BAB III STRATEGI PERUSAHAAN	31
3.1. <i>Comprehensif Management Model</i>	31
3.2. Profil Perusahaan	32
3.3. Visi dan Misi Perusahaan	32
3.4. <i>Business Strength</i>	32
3.4.1. Konsep <i>Lowcost Ground Handling</i> Pertama di Indonesia	32
3.4.2. Konsep CPM & PERT Untuk Fungsi Operasional	33
3.4.3. Memiliki SDM Yang Berkualitas Tinggi	34
3.4.4. Memiliki Paket Penjualan Khusus	34
3.4.5. Mengaplikasikan Teknologi Berbasis Online	35
3.4.6. Melayani Semua Pesawat Penumpang <i>Narrow Body</i>	35
3.5. <i>Business Weakness</i>	36
3.5.1. Sangat Bergantung Kepada Kinerja SDM	36

3.5.2.	Kebutuhan Modal Relatif Besar	36
3.5.3.	Lokasi Kantor Tidak Dekat Dengan Bandara.....	36
3.5.4.	Belum Dapat Mengcover Jenis Jasa Pelayanan Pesawat.....	37
3.5.5.	Biaya Maintenance Masih Tergolong Mahal	37
3.6.	Formulasi Strategi.....	37
3.6.1.	<i>Input Stage</i>	38
3.6.1.1.	Matriks Evaluasi Faktor External (EFE)	38
3.6.1.2.	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	38
3.6.1.3.	Matriks Profil Kompetitif) CPM)	39
3.6.2.	Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	40
3.6.2.1.	Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman	40
3.6.2.2.	Matriks Strategi Besar (<i>Grand Strategic Matrix</i>).....	41
3.6.2.3.	Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)	43
BAB IV	BISNIS MODEL	44
4.1.	<i>Canvas Business Model</i>	44
4.2.	Tujuan Perusahaan.....	44
4.3.	Model Bisnis Perusahaan.....	45
4.3.1.	<i>Customer Segments</i>	46
4.3.2.	<i>Value Propositions</i>	46
4.3.3.	<i>Channels</i>	47
4.3.4.	<i>Customer Relationship</i>	48
4.3.5.	<i>Revenue Stream</i>	48
4.3.6.	<i>Key Activities</i>	49
4.3.7.	<i>Key Resource</i>	49
4.3.8.	<i>Key Partners</i>	50
4.3.9.	<i>Cost Structure</i>	50
BAB V	STRATEGI PEMASARAN	51
5.1.	Tujuan dan Pemasaran.....	51
5.1.1.	Tujuan Pemasaran.....	51
5.1.2.	Sasaran Pemasaran	52
5.2.	Analisis Situasi	52
5.2.1.	Analisis Daya Tarik Pasar	53
5.2.1.1.	Pertumbuhan Pasar	53
5.2.1.1.1.	Pertumbuhan Pasar Market (<i>Market Growth</i>)	53
5.2.1.2.	Ukuran Pasar.....	54
5.2.1.3.	Potensi Pasar (<i>Market Potential</i>).....	54
5.2.2.	Intensitas Persaingan (<i>Competitive Intencity</i>).....	54
5.2.2.1.	Jumlah Pesaing	55
5.2.2.2.	Kemudahan Masuk Pasar.....	55

5.2.2.3. Produk Pengganti.....	56
5.2.3. <i>Market Access</i>	56
5.2.3.1. <i>Customer Familiarity</i>	56
5.2.3.2. <i>Channel Access</i>	56
5.2.3.3. <i>Company Fit</i>	56
5.2.4. Lingkungan Pemasaran.....	57
5.3. Strategi Pemasaran.....	57
5.3.1. <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	58
5.3.1.1. <i>Segmentasi</i>	58
5.3.1.2. <i>Targeting</i>	58
5.3.1.3. <i>Positioning</i>	59
5.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	59
5.4.1. Konsep Business to Business.....	59
5.4.1.1. <i>Networking (Place)</i>	59
5.4.1.2. <i>Interaction (Promotion)</i>	60
5.4.1.3. <i>Common Interest (Price)</i>	60
5.4.1.4. <i>Experience (Product)</i>	60
5.5. <i>Net Marketing Contribution</i>	61
5.6. Anggaran Biaya Pemasaran.....	62
BAB VI OPERASIONAL	63
6.1. Perencanaan Persiapan Pendirian Usaha (<i>Start Up</i>).....	63
6.2. Tujuan dan Sasaran Operasional.....	67
6.2.1. Tujuan Operasional.....	67
6.2.2. Sasaran Operasional.....	67
6.3. Perencanaan Operasional.....	68
6.3.1. Rancangan Produk <i>Ground Support Equipment (GSE)</i>	68
6.3.1.1. Buses.....	68
6.3.1.2. Paxstair.....	68
6.3.1.3. Pushback Car.....	69
6.3.1.4. Marshalling.....	69
6.3.2. Rancangan Produk <i>Aircraft Cleaning</i>	69
6.3.2.1. <i>Interior Cleaning</i>	70
6.3.2.2. <i>Exterior Cleaning</i>	70
6.4. Perencanaan Tata Letak Dan Arus Kas.....	70
6.5. Pengaturan Operasional.....	71
6.5.1. <i>G-System</i>	71
6.5.2. PERT.....	72
6.5.3. CPM.....	72
6.6. Anggaran Operasional.....	73

BAB VII PERENCANAAN SDM (HUMAN CAPITAL PLAN)	74
7.1. Tujuan dan Sasaran Human Capital	74
7.1.1. Tujuan Human Capital	74
7.1.2. Sasaran Human Capital	75
7.2. Budaya	75
7.2.1. <i>Artifact</i>	75
7.2.1.1. Logo Perusahaan	75
7.2.1.2. Seragam dan Perlengkapan Kerja	76
7.2.1.3. Layout Kantor	76
7.2.2. Nilai-Nilai Perusahaan	76
7.2.3. <i>Believe / Assumption</i>	77
7.3. Struktur Organisasi	79
7.4. Perencanaan Human Capital	81
7.4.1. Penerimaan Karyawan (<i>Recruitment</i>)	81
7.4.2. Pelatihan dan Pengembangan	83
7.4.3. Sistem Kompensasi	84
7.4.4. Status Karyawan	85
7.4.5. <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	85
7.4.6. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)	86
7.4.7. Anggaran Biaya Sumber Daya Manusia	87
BAB VIII STRATEGI KEUANGAN	89
8.1. Tujuan Dan Sasaran Keuangan	89
8.1.1. Tujuan Keuangan	89
8.1.2. Sasaran Keuangan	90
8.2. Elemen Perencanaan Keuangan	90
8.2.1. Perencanaan Pendapatan	90
8.2.2. Perencanaan Biaya Terkait	91
8.2.3. Perencanaan Investasi	91
8.2.4. Perencanaan Kebutuhan Modal	91
8.2.5. Perencanaan Pembiayaan	92
8.3. Proyeksi Keuangan	94
8.3.1. Proyeksi Laporan Laba Rugi	94
8.3.2. Proyeksi Neraca Keuangan	96
8.3.3. Proyeksi Laporan Kas	97
8.4. Analisa Kelayakan Investasi	98
8.4.1. Return On Investment (ROI)	98
8.4.2. Return On Equity (ROE)	98
8.4.3. Net Present Value (NPV)	98
8.4.4. Payback Period (PP)	99

8.4.5. IRR.....	99
8.5. Analisa Kinerja Keuangan	100
8.5.1. Rasio Likuiditas	101
8.5.2. Rasio Solvabilitas / Struktur Modal	101
8.5.3. Rasio Probabilitas.....	101
BAB IX MANAJEMEN RISIKO DAN KESIMPULAN	102
9.1. Manajemen Risiko	102
9.1.1. Manajemen Risiko Operasional PT Asisten Semesta Angkasa.....	103
9.1.2. Penilaian Risiko.....	105
9.1.3. Penanganan Risiko	109
9.1.4. Pengalihan Risiko	111
9.2. Kesimpulan.....	113

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Gambaran Transportasi Antar Moda	1
Tabel 1.2 Perbandingan Maskapai Penerbangan LCC di Indonesia	2
Tabel 1.3 Perbedaan Penerbangan Full Service dengan LCC.....	3
Tabel 1.4 Data Peralatan Ground Support Equipment (GSE)	4
Tabel 1.5 Total Keberangkatan Penumpang 4 Bandara Besar.....	5
Tabel 1.6 Keunggulan Kompetitif.....	7
Tabel 1.7 Jenis Jasa Interior Cleaning.....	9
Tabel 1.8 Jenis Jasa Exterior Cleaning	10
Tabel 2.1 Rentang Penilaian Data	18
Tabel 2.2 Produk Pengganti	20
Tabel 2.3 Oportunity Business	30
Tabel 2.4 Threat Pada Perusahaan	30
Tabel 3.1 Matriks Profil Kompetitif	40
Tabel 3.2 Grand Strategy	43
Tabel 5.1 Tujuan Pemasaran PT.Asisten Semesta Angkasa	52
Tabel 5.2 Sasaran Pemasaran PT.Asisten Semesta Angkasa	52
Tabel 5.3 Perkembangan Peningkatan Jumlah Penumpang.....	53
Tabel 5.4 Pergerakan Maskapai di Bandara Soekarno Hatta.....	54
Tabel 5.5 Perkembangan Jumlah Peralatan Ground Handling	55
Tabel 5.6 Situasi Persaingan	55
Tabel 5.7 Ancaman Produk Pengganti.....	56
Tabel 5.8 Situasi Lingkungan Pasar.....	57
Tabel 5.9 Segmentasi PT.Asisten Semesta Angkasa	58
Tabel 5.10 Target Pasar Jangka Pendek.....	58
Tabel 5.11 Proyek Penjualan PT.Asisten Semesta Angkasa	61
Tabel 5.12 Anggaran Biaya Pemasaran	62
Tabel 6.1 Rencana Proyek PT.Asisten Semesta Angkasa	66
Tabel 6.2 Tujuan Operasional PT.Asisten Semesta Angkasa	67
Tabel 6.3 Sasaran Pemasaran	67
Tabel 7.1 Tujuan Human Capital	74
Tabel 7.2 Believe / Assumption	78
Tabel 7.3 Perhitungan Upah dan benefit.....	85
Tabel 7.4 Jumlah karyawan PT.Asisten Semesta Angkasa	87
Tabel 7.5 Anggaran Biaya SDM PT.Asisten Semesta Angkasa.....	88
Tabel 8.1 Tujuan Keuangan	89
Tabel 8.2 Perencanaan Pendapatan PT.Asisten Semesta Angkasa.....	90
Tabel 8.3 Perencanaan Biaya Marketing	92

Tabel 8.4 Perencanaan Operasional	92
Tabel 8.5 Perencanaan Biaya Sumber Daya Manusia	93
Tabel 8.6 Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	95
Tabel 8.7 Analisa Kinerja Keuangan PT.Asisten Semesta Angkasa	100
Tabel 9.1 Perbedaan Tradisional Risk Management dengan ERM	104
Tabel 9.2 Level dan Deskripsi Dimensi Kemungkinan	107
Tabel 9.3 Level dan Deskripsi Dimensi Dampak Risiko.....	107
Tabel 9.4 Penanganan Risiko PT.Asisten Semesta Angkasa.....	108
Tabel 9.5 Jenis Penanganan Risiko PT.Asisten Semesta Angkasa.....	110
Tabel 9.6 Premi Pengalihan Risiko PT. Asisten Semesta Angkasa.....	111

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Sepuluh Maskapai Murah Yang Bersaing di Asia Tenggara	6
Gambar 1.2 Gambaran Proses CPM	8
Gambar 1.3 Logo Perusahaan	12
Gambar 2.1 Kerangka Analisa Lingkungan Bisnis	13
Gambar 2.2 Porter Five Forces Model	17
Gambar 2.3 Analisis Porter Five Forces	18
Gambar 2.4 Analisis Kekuatan Bersaing Dalam Industri	28
Gambar 3.1 Model Manajemen Strategis Komprehensif	31
Gambar 3.2 Gambaran Proses CPM	34
Gambar 3.3 Formulasi Strategi	37
Gambar 3.4 Analisis Matriks Internal-External	39
Gambar 3.5 Diagram SWOT PT. Asisten Semesta Angkasa	41
Gambar 3.6 Kuardran Grand Strategy Matrix	42
Gambar 4.1 Business Canvas Model Framework	44
Gambar 4.2 Model Bisnis Perusahaan PT. Asisten Semesta Angkasa	45
Gambar 5.1 Framework Rencana Pemasaran	51
Gambar 5.2 Analisis Daya Tarik Pasar	53
Gambar 5.3 Tahapan Strategi Marketing	57
Gambar 6.1 Operasional Strategy Framework	63
Gambar 6.2 Alur Pembuatan Izin Perusahaan	64
Gambar 6.3 Proses Pembuatan Perusahaan	65
Gambar 7.1 Framework Sumber Daya Manusia	74
Gambar 7.2 Struktur Organisasi PT. Asisten Semesta Angkasa	80
Gambar 7.3 Langkah Perencanaan Training	83
Gambar 8.1 Kerangka Konseptual Perencanaan Keuangan	89
Gambar 9.1 Terminologi COSO ERM	104
Gambar 9.2 Pendekatan Assessment Berbasis COSO ERM	105