

Daftar Isi

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Lampiran.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang	7
1.2.1 <i>Customer Job to be Done</i>	7
1.2.2 <i>Customer Pain</i>	8
1.2.3 <i>Customer Gain</i>	8
1.3 Solusi Bisnis.....	8
1.3.1 <i>Pain Reliever</i>	8
1.3.2 <i>Gain Creator</i>	8
1.3.3 Produk yang Ditawarkan.....	9
1.4 Visi dan Misi	9
BAB 2 ANALISIS EKSTERNAL.....	12
2.1 Kerangka Analisa (<i>Framework</i>)	12
2.2 Analisis PEST	12
2.2.1 Politik	13
2.2.2 Ekonomi	13
2.2.3 Sosial	13
2.2.4 Teknologi	14
2.3 <i>Competitive Forces</i>	16
2.3.1. <i>Threat of New Entrance</i>	16
2.3.2. <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	17
2.3.3. <i>Bargaining Power of Buyers</i>	18
2.3.4. <i>Threat of Substitute Product</i>	18
2.3.5. <i>Rivalry Among Existing Firm</i>	19
2.3.6. Analisa Porter.....	20
2.4 <i>External Factor Evaluation</i>	22
BAB 3 ANALISIS INTERNAL.....	23
3.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>).....	23
3.2 <i>Resources</i>	23

3.2.1 Channel Distribusi Produk (R1).....	23
3.2.2 Iklan di Media Sosial <i>Influencer</i> (R2).....	24
3.2.3 Gedung dan Lahan (R3)	25
3.2.4 Teknologi (R4)	25
3.2.5 Pendanaan (R5)	25
3.3 <i>Capabilities</i>	26
3.3.1 Harga (C1).....	26
3.3.2 Layanan Prima (C2)	26
3.3.3 Sumber Daya Manusia (C3).....	27
3.3.4 Organisasi Perusahaan (C4)	27
3.3.5 Relasi dengan Pihak Ketiga (C5)	27
3.3.6 Inovasi Produk (C6)	27
3.3.7 Kualitas Produk (C7).....	28
3.4 Penilaian.....	28
3.5 Strategi	29
3.6 <i>Internal Factor Evaluation</i>	30
BAB 4 PERENCANAAN STRATEGI.....	31
4.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>).....	31
4.2 Penyusunan Tujuan Jangka Panjang (<i>Long Term Objective</i>)	31
4.3 <i>The Input Stage</i>	33
4.3.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	33
4.3.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	33
4.3.3 Matriks Profil Kompetitif (CPM).....	34
4.4 <i>The Matching Stage</i>	35
4.4.1 Matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman (SWOT).....	35
4.4.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	36
4.4.3 Matriks Strategi Besar (<i>Grand Strategy Matrix</i>).....	37
4.5 <i>The Decision Stage</i>	38
4.6. <i>Canvas Business Model</i>	40
4.6.1 <i>Customer Segments</i>	41
4.6.2 <i>Value Proposition</i>	41
4.6.3 <i>Channel</i>	41
4.6.4 <i>Customer Relationship</i>	42
4.6.5 <i>Revenue Stream</i>	43
4.6.6 <i>Key Resources</i>	43
4.6.7 <i>Key Activities</i>	44
4.6.8 <i>Key Partnership</i>	45
4.6.9 <i>Cost Structure</i>	45
BAB 5 PERENCANAAN PEMASARAN.....	46
5.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>).....	46
5.2 Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	46
5.3 Strategi <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	47

5.3.1 Segmentasi (<i>Segmenting</i>)	47
5.3.2 Sasaran (<i>Targeting</i>)	47
5.3.3 Penetapan Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	48
5.4 <i>Marketing Mix</i>	48
5.4.1 <i>Business to Business</i>	49
5.4.2 <i>Business to Customer</i>	50
5.5 <i>Sales</i>	54
5.5.1 <i>Sales Team</i>	55
5.5.2 <i>Sales Activities</i>	57
5.5.3 <i>Sales Performance</i>	58
5.6 <i>Net Marketing Contribution</i>	59
5.7 Anggaran Komunikasi dan Pemasaran	59
BAB 6 PERENCANAAN OPERASIONAL	61
6.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>)	61
6.2 Tahapan Pendirian Usaha	61
6.2.1 Pengajuan Nama Perusahaan	62
6.2.2 Akta Perusahaan	62
6.2.3 Surat Keputusan Pengesahan Akte Pendirian Perusahaan	63
6.2.4 Surat Keterangan Domisili Perusahaan	63
6.2.5 NPWP Perusahaan	64
6.2.6 Surat izin Gangguan (<i>Hinder Ordonantie - HO</i>)	64
6.2.7 Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)	64
6.2.8 Tanda Daftar Perusahaan (TDP)	65
6.2.9 Pendaftaran Merek	65
6.3 Tujuan dan Sasaran Operasional	66
6.4 Desain Operasional	66
6.4.1 Desain Produk	66
6.4.2 Desain Kemasan	67
6.4.3 Aktivitas Operasional	68
6.5 Penghantaran Operasi	68
6.5.1 Manajemen Rantai Pasok	68
6.5.2 Perencanaan dan Kontrol Persediaan	69
6.5.3 Manajemen Kualitas	69
BAB 7 PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	72
7.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>)	72
7.2 Tujuan dan Sasaran <i>Human Capital</i>	72
7.2.1 Tujuan <i>Human Capital</i>	72
7.2.2 Sasaran <i>Human Capital</i>	72
7.3 Budaya dan Nilai Perusahaan	73
7.3.1 <i>Artifact</i> Perusahaan	73
7.3.2 Nilai Perusahaan	73
7.3.2 Asumsi Perusahaan	74

7.4 Struktur Organisasi	74
7.5 Perencanaan <i>Human Capital</i>	76
7.5.1 Analisis dan Perancangan Jabatan.....	76
7.5.2 Perencanaan Sumber Daya Manusia	77
7.5.3 Rekrutmen	78
7.5.4 Pelatihan dan Pengembangan SDM	80
7.5.5 Kompensasi	81
7.5.6 Jaminan Sosial.....	82
7.5.7 Evaluasi Pekerjaan	82
7.5.8 Bonus Kinerja.....	85
7.5.9 Pemutusan Hubungan Kerja.....	85
7.6 Proyeksi Anggaran Biaya SDM.....	86
BAB 8 PERENCANAAN KEUANGAN.....	88
8.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan	88
8.1.1 Tujuan Keuangan	88
8.1.2 Sasaran Keuangan	89
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan	89
8.2.1 Perencanaan Pendapatan	90
8.2.2 Perencanaan Biaya	90
8.2.3 Perencanaan Investasi	91
8.2.4 Perencanaan Kebutuhan Modal.....	91
8.2.5 Perencanaan Pembiayaan	91
8.3 Proyeksi Keuangan	92
8.3.1 Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	92
8.3.2 Proyeksi Neraca Keuangan	94
8.3.3 Proyeksi Laporan Kas	95
8.4 Analisa Kelayakan Investasi	95
8.4.1 <i>Return on Investment (ROI)</i>	96
8.4.2 <i>Return on Equity (ROE)</i>	96
8.4.3 <i>Net Present Value (NPV)</i>	96
8.4.4 <i>Payback Period (PP)</i>	97
8.4.5 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	97
8.5 Analisa Kinerja Keuangan	98
8.5.1 Rasio Likuiditas.....	98
8.5.2 Rasio Solvabilitas	98
8.5.3 Rasio Provitabilitas	99
BAB 9 PERENCANAAN PENGELOLAAN RISIKO	100
9.1 Kerangka Kerja (<i>Framework</i>).....	100
9.2 Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko.....	100
9.3 Prinsip Manajemen Risiko	101
9.4 Kerangka Kerja Manajemen Risiko	101
9.5 Proses Manajemen Risiko.....	102

9.5.1 Penetapan Konteks	102
9.5.2 Identifikasi Risiko	102
9.5.3 Analisis Risiko	103
9.5.4 Evaluasi Risiko.....	104
9.5.5 Penanganan Risiko	105
BAB 10 PENUTUP	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107