

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Ucapan Terima Kasih.....	v
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	vi
Abstrak	vii
Executive Summary	viii
Daftar Isi	xv
Daftar Gambar.....	xx
Daftar Tabel	xxii
Daftar Lampiran	xxiv
I. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.2.1 Job To Be Done.....	3
1.2.2 Customer Pains	3
1.2.3 Customer Gains.....	3
1.3 Solusi.....	4
1.3.1 Pains Reliever.....	4
1.3.2 Gains Creator	4
1.3.3 Produk	5
1.4 Visi dan Misi PT.BJI.....	6
II. Analisa Faktor Eksternal	8
2.1 Framework	8
2.2 Competitive forces	9
2.2.1 Langkah-langkah pembobotan kuantitatif.....	10
2.2.2 Threat of New Entry (Ancaman Masuk Pendetang Baru)	11
2.2.3 Bargaining Power of buyers (Kekuatan Daya Tawar Pembeli).....	13
2.2.4 Bargaining power of suppliers (Kekuatan Daya Tawar Pemasok).....	14
2.2.5 Threat of substitutes (Ancaman Produk Pengganti).....	14
2.2.6.Rivalry among existing competitors (Tingkat Persaingan dengan Kompetitor).....	15
2.3 Analisa PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi).....	17
2.4 Analisa External Factor Evaluation (EFE).....	23
III. Analisa Faktor Internal.....	25
3.1 Framework	25
3.2 Analysis of Demand.....	25
3.2.1 Teknologi (R1).....	27
3.2.2. Produk Innovative (C1).....	27
3.2.3. Pengadaan bahan baku (C2).....	27
3.2.4. Proses Produksi (C6).....	28

3.2.5. Lokasi (R4)	28
3.3 Analysis of Competition	29
3.3.1 Pendanaan (R2)	29
3.3.2 Merek dan Hak Paten (R3).....	29
3.3.3 Distributor produk (R5)	30
3.3.4 Gedung (R6).....	30
3.3.5 Relasi Dengan Pemerintah (C3).....	30
3.3.6 Sumber Daya Manusia (C5).....	31
3.3.7 Marketing dan sales (C4)	31
3.4 Penilaian Resource dan Capability.....	32
3.5 Competitive advantage.....	34
3.6 Analisa Internal Factor Evaluation (IFE).....	35
IV Quantitative Methods Strategic Plan	36
4.1 Framework	36
4.2 Establish Objectives	36
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek.....	37
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	38
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	38
4.3 Input Stage (EFE, IFE AND CPM).....	39
4.3.1 Analisis External Factor Evaluation (EFE).....	40
4.3.2 Analisis Internal Factor Evaluation (IFE).....	42
4.3.3 Competitive Profile Matrix	43
4.4 Matching Stage.....	44
4.4.1 Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)	44
4.4.2 Matriks Internal-Eksternal (IE)	47
4.5 Decision Stage (Matriks QSPM).....	48
4.6 Business Level Strategy	49
4.7 Lean Business Canvas Model	51
4.7.1 Problem	51
4.7.2 Customer Segment	51
4.7.3 Unique Value Proposition.....	52
4.7.4 Solution	52
4.7.5 Channel	52
4.7.6 Revenue Streams.....	52
4.7.7 Cost Structure.....	53
4.7.8 Key Metrics.....	53
4.7.9 Unfair Advantage.....	53
V. Marketing Plan	54
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	55
5.1.1 Tujuan Pemasaran	55
5.1.2 Sasaran Pemasaran	55
5.2 Segmenting, Targeting dan Positioning	56

5.2.1 Segmentasi	56
5.2.2 Targeting	57
5.2.3 Positioning	57
5.3 Marketing Mix 7P	58
5.3.1. Product	58
5.3.2 Price	59
5.3.3 Place	59
5.3.4 Promotion	59
5.3.5 People	60
5.3.6 Process	60
5.3.7 Physical evidence	60
5.4 Sales	61
5.4.1 Sales aktivitas	61
5.4.2 Sales Team	62
5.4.3 Sales Distribusi	64
5.5 Proyeksi Revenue Stream	65
5.5.1 Skenario dan asumsi	65
5.5.2 Proyeksi Penjualan	66
5.5.3 Proyeksi Anggaran Pemasaran	66
VI. Operational Plan	67
6.1 Tahapan Pendirian Usaha	67
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional	69
6.2.1 Tujuan Operasional	69
6.2.2 Sasaran Operasional	69
6.3 Desain Operasional	70
6.3.1 Design Produk dan Proses	70
6.3.2 Layout dan Aliran Barang / Jasa	72
6.4 Penghantaran Operasional	74
6.4.1 Managemen Rantai Pasok	74
6.4.2 Perencanaan dan Kontrol Persediaan	74
6.4.3 Managemen Kualitas	75
6.5 Proyeksi Operational cost	75
VII. Human Capital Plan	78
7.1 Tujuan dan Sasaran Human Capital	78
7.1.1 Tujuan Human Capital	78
7.1.2 Sasaran Human Capital	79
7.1.3 Strategi Human Capital	80
7.1.4 Kerangka 7S dari McKinsey	81
7.2 Budaya Perusahaan	83
7.2.1 Artifact perusahaan	83
7.2.2 Norm/value	84
7.2.3 Assumption/believe	84

7.3 Struktur Organisasi	85
7.3.1. Bagan organisasi	86
7.3.2 Uraian Job Description Dan Job Specification	86
7.4 Perencanaan Human Capital	87
7.4.1 Estimasi jumlah karyawan	87
7.4.2 Rekrutmen	88
7.4.3 Sistem Kompensasi	92
7.4.4 Status Karyawan	92
7.4.5 Evaluasi Pekerjaan	93
7.4.6 Pemutusan Hubungan Kerja.....	94
7.5 Anggaran Biaya SDM.....	94
VIII. Financial Plan.....	96
8.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan.....	96
8.1.1 Tujuan Keuangan	96
8.1.2 Sasaran Keuangan	97
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan.....	97
8.2.1 Perencanaan Pendapatan	97
8.2.2 Perencanaan Biaya Terkait.....	98
8.2.3 Perencanaan Investasi	98
8.2.4 Perencanaan Kebutuhan Modal.....	98
8.2.5 Perencanaan Pembiayaan.....	99
8.3 Proyeksi Keuangan	101
8.3.1 Proyeksi Laporan Laba-Rugi	101
8.3.2 Proyeksi Neraca Keuangan	102
8.3.3 Proyeksi Arus Kas.....	102
8.4 Analisa Kelayakan Investasi	102
8.4.1 Net Present Value (NPV).....	102
8.4.2 Payback Period (PP).....	103
8.4.3 Internal Rate of Return.....	103
8.5 Analisa Kinerja Keuangan	105
8.5.1 Rasio Likuiditas	105
8.5.2 Rasio Solvabilitas.....	106
8.5.3 Rasio Profitabilitas	106
IX. Risk Plan	107
9.1 Tujuan Dan Sasaran Management Risiko	107
9.1.1 Tujuan	107
9.1.2 Sasaran Management Risiko	107
9.2 Prinsip Management Risiko	108
9.3 Kerangka Kerja Management Risiko	108
9.4 Proses Management Risiko	109
9.4.1 Identifikasi risiko	109
9.4.2 Identifikasi Dampak Risiko.....	111

9.4.3 Analisa Risiko	111
9.4.4 Evaluasi Risiko	112
9.4.5 Penanganan Mitigasi	115
9.4.6 Komunikasi dan Konsultasi	117
9.4.7 Recording dan Reporting	118
9.4.8 Biaya Management Risiko	118
Daftar Referensi	120
Lampiran	121