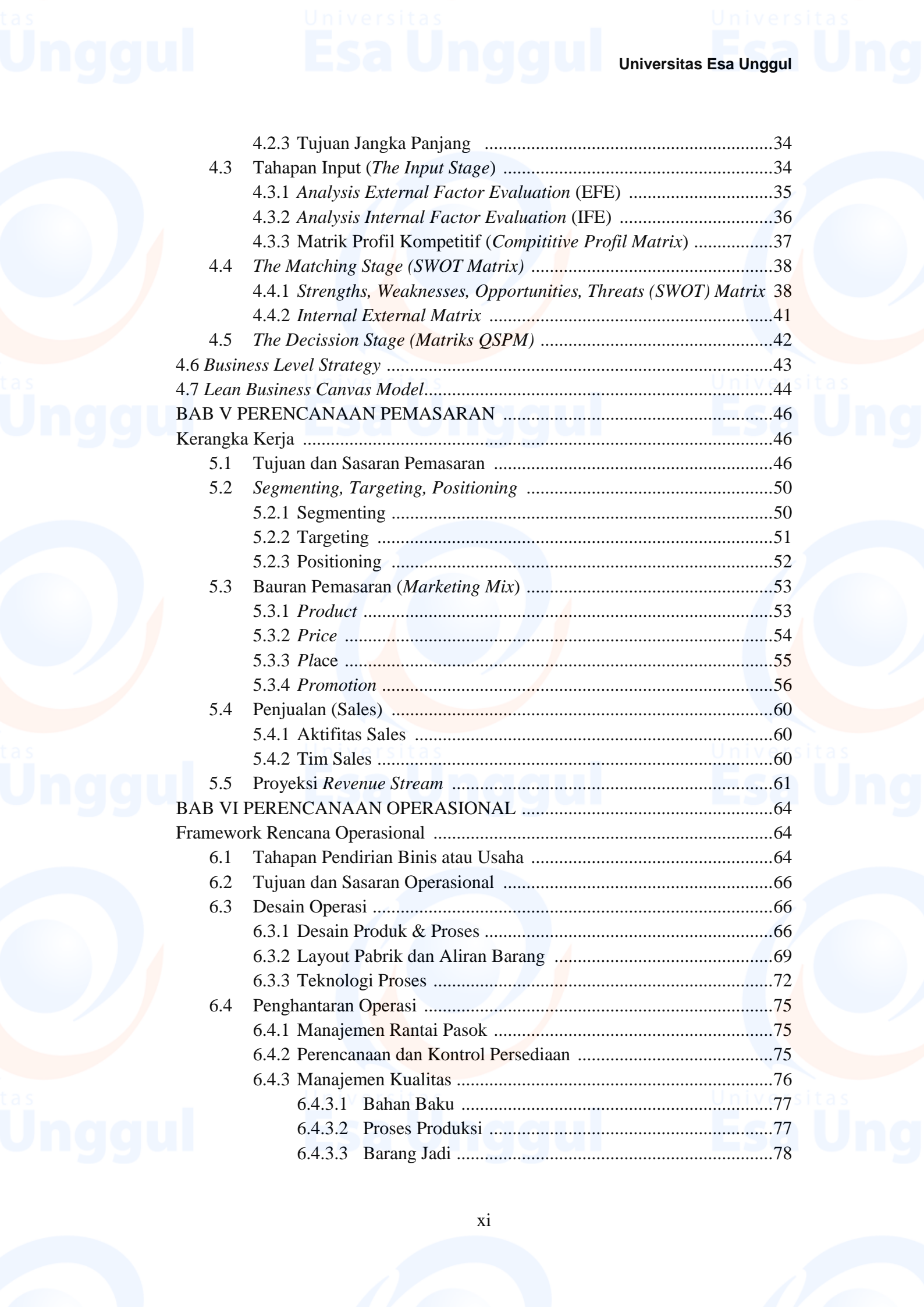


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
RINGKASAN EKSEKUTIF	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Solusi Bisnis	4
1.4 Visi dan Misi	7
BAB II ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL	9
2.1 <i>Framework</i>	9
2.2 Analisis Lima Kekuatan Porter	9
2.2.1 <i>Threat of Entry</i>	10
2.2.2 <i>Bargaining Power of Buyers</i>	11
2.2.3 <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	13
2.2.4 <i>Threat of Substitute Product</i>	13
2.2.5 <i>Rivalry Between Established Competitors</i>	14
2.3 <i>PEST Analysis</i>	16
2.3.1 Faktor Politik	16
2.3.2 Faktor Ekonomi	18
2.3.3 Faktor Sosial	21
2.3.4 Faktor Teknologi.....	23
2.4 <i>Analisis External Factor Evaluation (EFE)</i>	24
BAB III ANALISIS FAKTOR INTERNAL	25
3.1 <i>Framework</i>	25
3.2 <i>Analysis of Demand</i>	25
3.3 <i>Analysis of Competition</i>	26
3.4 Penilaian Resources dan Capabilities	27
3.5 <i>Competitive Advantage</i>	29
3.6 Strenght-Weakness PT Catur Manunggal Berjaya	30
BAB IV PERENCANAAN STRATEGI	32
4.1 <i>Framework</i>	32
4.2 <i>Establish Long-Term Objective</i>	32
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek	32
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	33



4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	34
4.3 Tahapan Input (<i>The Input Stage</i>)	34
4.3.1 <i>Analysis External Factor Evaluation</i> (EFE)	35
4.3.2 <i>Analysis Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	36
4.3.3 Matrik Profil Kompetitif (<i>Competitive Profil Matrix</i>)	37
4.4 <i>The Matching Stage</i> (<i>SWOT Matrix</i>)	38
4.4.1 <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (<i>SWOT</i>) <i>Matrix</i>	38
4.4.2 <i>Internal External Matrix</i>	41
4.5 <i>The Decission Stage</i> (<i>Matriks QSPM</i>)	42
4.6 <i>Business Level Strategy</i>	43
4.7 <i>Lean Business Canvas Model</i>	44
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN	46
Kerangka Kerja	46
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran	46
5.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	50
5.2.1 <i>Segmenting</i>	50
5.2.2 <i>Targeting</i>	51
5.2.3 <i>Positioning</i>	52
5.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	53
5.3.1 <i>Product</i>	53
5.3.2 <i>Price</i>	54
5.3.3 <i>Place</i>	55
5.3.4 <i>Promotion</i>	56
5.4 Penjualan (<i>Sales</i>)	60
5.4.1 <i>Aktifitas Sales</i>	60
5.4.2 <i>Tim Sales</i>	60
5.5 <i>Proyeksi Revenue Stream</i>	61
BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL	64
Framework Rencana Operasional	64
6.1 Tahapan Pendirian Binis atau Usaha	64
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional	66
6.3 Desain Operasi	66
6.3.1 <i>Desain Produk & Proses</i>	66
6.3.2 <i>Layout Pabrik dan Aliran Barang</i>	69
6.3.3 <i>Teknologi Proses</i>	72
6.4 Penghantaran Operasi	75
6.4.1 <i>Manajemen Rantai Pasok</i>	75
6.4.2 <i>Perencanaan dan Kontrol Persediaan</i>	75
6.4.3 <i>Manajemen Kualitas</i>	76
6.4.3.1 <i>Bahan Baku</i>	77
6.4.3.2 <i>Proses Produksi</i>	77
6.4.3.3 <i>Barang Jadi</i>	78

6.4.3.4	Distribusi Produk	79
6.5	Proyeksi Biaya Operasional	80
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA		83
Framework	83
7.1	Tujuan dan Sasaran HC	83
7.1.1	Tujuan Human Capital	83
7.1.2	Sasaran Human Capital	84
7.1.3	Strategi Human Capital	85
7.2	Budaya Perusahaan	87
7.2.1	Artifact	87
7.2.1.1	Logo Perusahaan	87
7.2.1.2	Seragam Kerja	88
7.2.1.3	Layout Ruang Kantor	88
7.2.2	Nilai Perusahaan	88
7.2.3	Asumsi SDM	89
7.3	Struktur Organisasi	89
7.4	Perencanaan Sumber Daya Manusia	92
7.4.1	Estimasi Jumlah Karyawan	92
7.4.2	Skema Rekrutmen	93
7.4.3	Strategi Pelatihan dan Pengembangan	95
7.4.4	Skema Pengembangan Karir	95
7.4.5	Sistem Kompensasi dan Manfaat Lainnya	96
7.4.6	Evaluasi Pekerjaan	97
7.4.7	Pemutusan Hubungan Kerja	97
7.5	Proyeksi Biaya HR	98
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN		100
Framework	100
8.1	Tujuan dan Sasaran Keuangan	100
8.2	Elemen Perencanaan Keuangan	102
8.2.1	Perencanaan Pendapatan	102
8.2.2	Perencanaan Biaya Terkait	103
8.2.3	Perencanaan Kebutuhan Modal	103
8.2.4	Perencanaan Pembiayaan	104
8.3	Proyeksi Keuangan	104
8.3.1	Proyeksi Laporan Laba Rugi	104
8.3.2	Proyeksi Neraca Keuangan	106
8.3.3	Proyeksi Laporan Kas	107
8.4	Analisa Kelayakan Investasi	108
8.4.1	Pay Back Period	108
8.4.2	Average Rate of Return (ARR)	108
8.4.3	Net Present Value	108
8.4.4	IRR	108



8.4.5 ROI	108
8.5 Analisa Kinerja Keuangan	109
8.5.1 Rasio Profitabilitas	110
8.5.2 Rasio Likuiditas	110
8.5.3 Rasio Solvabilitas	111
BAB IX PERENCANAAN PENGELOLAAN RISIKO	112
Framework	112
9.1 Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko	112
9.2 Prinsip Manajemen Risiko	113
9.3 Kerangka Manajemen Risiko	114
9.4 Proses Manajemen Risiko	114
9.4.1 Scope, Context, and Criteria	115
9.4.2 Risk Assesment	116
9.4.2.1 Identifikasi Risiko	116
9.4.2.2 Analisis Risiko	118
9.4.2.3 Evaluasi Risiko	118
9.4.3 Risk Treatment	119
9.4.4 Communication and Consultation	121
9.4.5 Monitoring and Review	121
9.4.6 Dokumentasi dan Pelaporan	122
9.4.7 Biaya Manajemen Resiko	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	126

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Rincian Anggaran Marketing	124
Lampiran 2 Rincian Anggran Marketing 5 Tahun	127
Lampiran 3 Rencana Pendapatan PT CMB	128
Lampiran 4 Definisi dan Kegunanaan Activated Charcoal dan Green Tea	130
Lampiran 5 Biaya Lembur Tahun Ke 2	131
Lampiran 6 <i>Schedule dan Budgeting Training</i>	132
Lampiran 7 Rincian <i>Job Description</i> PT CMB	133
Lampiran 8 Perencanaan Biaya Human Capital Pertahun	144

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Rentang Penilaian Data	10
Tabel 2.2 Threat of Entry PT. CMB.....	11
Tabel 2.3 Bargaining Power Of Buyer PT. CMB	12
Tabel 2.4 Bargaining Power Of Suppliers PT. CMB	13
Tabel 2.5 Threat Of Substitute Product PT. CMB	14
Tabel 2.6 Rivalry Between Established Competitors PT. CMB	15
Tabel 2.7 Analisa Competitive 5 Forces PT. CMB.....	15
Tabel 2.8 Peluang & Ancaman Faktor Politik PT. CMB	17
Tabel 2.9 Tentang Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas.....	19
Tabel 2.10 Peluang & Ancaman Faktor Ekonomi PT. CMB.....	21
Tabel 2.11 Peluang & Ancaman Faktor Sosial PT. CMB.....	22
Tabel 2.12 Peluang & Ancaman Faktor Teknologi PT. CMB	24
Tabel 2.13 Analisis Faktor Eksternal (EFE) PT. CMB	24
Tabel 3.1 Penilaian Resources dan Capabilities PT CMB	27
Tabel 3.2 Analisis VRIO PT. Catur Manunggal Berjaya.....	29
Tabel 3.3 Strength – Weakness PT CMB	30
Tabel 4.1 Tujuan Jangka Pendek PT. Catur Manunggal Berjaya	33
Tabel 4.2 Tujuan Jangka Menengah PT. Catur Manunggal Berjaya	33
Tabel 4.3 Tujuan Jangka Panjang PT. Catur Manunggal Berjaya	34
Tabel 4.4 Analisis Faktor Eksternal (EFE) PT. CMB	35
Tabel 4.5 Analisis Faktor Internal (IFE) PT. CMB	36
Tabel 4.6 Matrik Profil Kompetitif	37
Tabel 4.7 SWOT Matrix PT Catur Manunggal Berjaya	39
Tabel 4.8 Matriks QSPM PT. Catur Manunggal Berjaya	42
Tabel 4.9 <i>Business Level Strategy</i> PT. Catur Manunggal Berjaya.....	43
Tabel 5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran PT CMB	46
Tabel 5.2 Segmenting produk BUDDIES	50
Tabel 5.3 Targeting Pasar produk BUDDIES	51
Tabel 5.4 Positioning Produk BUDDIES.....	53
Tabel 5.5 Penetapan harga BUDDIES di pasar.....	54
Tabel 5.6 Startegi Website PT Catur Manunggal Berjaya	58
Tabel 5.7 Anggaran biaya promosi BUDDIES pada tahun pertama	59
Tabel 5.8 Anggaran biaya marketing BUDDIES dalam 5 tahun	59
Tabel 5.9 Kegiatan sales PT Catur Manunggal Berjaya	60
Tabel 5.10 Jumlah Tim Sales	61
Tabel 5.11 Reveue tahun pertama (dalam jutaan Rp)	62
Tabel 5.12 Revenue tahun ke dua (dalam jutaan Rp)	62
Tabel 5.13 Revenue tahun ke tiga (dalam jutaan Rp)	62
Tabel 5.14 Revenue tahun ke tiga (dalam jutaan Rp).....	63

Tabel 5.15	Revenue tahun ke tiga (dalam jutaan Rp)	63
Tabel 6.1	Timeline Pendirian PT Catur Manunggal Berjaya	65
Tabel 6.2	Tujuan dan Sasaran Operasional	66
Tabel 6.3	Tahapan Proses Produksi	68
Tabel 6.4	Tarif jasa ekspedisi pengiriman barang	79
Tabel 6.5	Biaya Praoperasioanl	80
Tabel 6.6	Biaya Asset	81
Tabel 6.7	Biaya Operasional	82
Tabel 7.1	Tujuan Human Capital Buddies	83
Tabel 7.2	Sasaran Human Capital	84
Tabel 7.3	Implementasi Penerapan Model Mckinsey 7S	86
Tabel 7.4	Nilai Perusahaan PT. Catur Manunggal Berjaya	88
Tabel 7.5	Asumsi SDM PT. Catur Manunggal Berjaya	89
Tabel 7.6	Jumlah Karyawan CMB s/d 5 Tahun	92
Tabel 7.7	Kompenasi Finansial PT. Catur Manunggal Berjaya.....	96
Tabel 7.8	Estimasi Gaji Bulanan Karyawan CMB	98
Tabel 7.9	Anggaran Biaya SDM CMB	99
Tabel 8.1	Tujuan dan Sasaran Keuangan	100
Tabel 8.2	Perencanaan Keuangan PT Catur Manunggal Berjaya	102
Tabel 8.3	Perencanaan Pendapatan PT Catur Manunggal Berjaya	102
Tabel 8.4	Struktur modal dan pemegang saham	103
Tabel 8.5	Perencanaan Pembiayaan PT Catur Manunggal Berjaya	104
Tabel 8.6	Proyeksi Laba Rugi	105
Tabel 8.7	Neraca Keuangan	106
Tabel 8.8	Laporan Kas	107
Tabel 8.9	Rasio Profitabilitas PT Catur Manunggal Berjaya	110
Tabel 8.10	Rasio Likuiditas PT Catur Manunggal Berjaya	110
Tabel 8.11	Rasio Solvabilitas PT Catur Manunggal Berjaya	111
Tabel 9.1	Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko PT CMB	113
Tabel 9.2	Frekuensi Kecenderungan Risiko	115
Tabel 9.3	Kriteria Dampak Resiko	116
Tabel 9.4	Identifikasi Risiko	117
Tabel 9.5	Analisa Resiko	118
Tabel 9.6	Peta Risiko Inherent	118
Tabel 9.7	Treatment Risiko	120
Tabel 9.8	Peta Risiko Residual	121
Tabel 9.9	Eskalasi Risiko	121
Tabel 9.10	Monitoring dan Review Risiko	122
Tabel 9.11	Dokumentasi dan Pelaporan	122
Tabel 9.12	Biaya Manajemen Resiko PT Catur Manunggal Berjaya	123

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Segmentasi Pasar Kosmetika Indonesia 1
Gambar 1.2	Bola Basket, salah satu olah raga favorit remaja laki-laki3
Gambar 1.3	Remaja laki-laki berjerawat3
Gambar 1.4	<i>Value Proposition Canvas</i> PT Catur Manunggal Berjaya6
Gambar 1.5	Logo PT Catur Manunggal Berjaya7
Gambar 2.1	Framework EFE9
Gambar 2.2	Porter Five Forces Model9
Gambar 2.3	Data jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin 2020.....12
Gambar 2.4	Diagram Spider Porter’s Five Forces PT CMB.....15
Gambar 2.5	Trend & Forecast Pasar Global Pembersih Wajah.....20
Gambar 2.6	Data Kondisi Ekonomi Nasional20
Gambar 2.7	Niatan Konsumen Membelanjakan Uangnya.....21
Gambar 2.8	Data Survey New Normal Indonesia22
Gambar 2.9	Grafik Peluang Evolusi Pembersih Wajah23
Gambar 3.1	Framework IFE PT. Catur Manunggal Berjaya25
Gambar 3.2	Hypothetical Strengths Dan Weakness Faktor Internal29
Gambar 4.1	Framework Strategic Plan PT. CMB32
Gambar 4.2	IE Matrix PT. Catur Manunggal Berjaya41
Gambar 4.3	Strategy focus PT CMB.....43
Gambar 4.4	Porter’s Generic Strategy44
Gambar 5.1	Kerangka Kerja Pemasaran PT Catur Manunggal Berjaya46
Gambar 5.2	Ilustrasi desain kemasan BUDDIES54
Gambar 5.3	Influencer yang dipilih; Jefri Nichol56
Gambar 5.4	Hobi Jeffri Nichol yang selaras dengan produk BUDDIES56
Gambar 5.5	Influencer Pendamping; Vanesha Prescilia57
Gambar 6.1	Framework Manajemen Operasional64
Gambar 6.2	Tahapan Perizinan65
Gambar 6.3	Desain Kemasan Produk67
Gambar 6.4	Alur Proses68
Gambar 6.5	Denah Pabrik70
Gambar 6.6	Alur Orang dan Barang71
Gambar 6.7	Mesin Mixer Liquid 200 kg dan drum 200 L.....72
Gambar 6.8	Alat premix.....72
Gambar 6.9	Single Wet Tissue Folding and Packing Machine.....73
Gambar 6.10	Multi-function automatic pouch packing73
Gambar 6.11	Spunlaced nonwoven.....74
Gambar 6.12	Packaging primer/Inner PET12+Alu7+CPP2574
Gambar 6.13	Packaging sekunder/outer OPP20 +PPMB4074

Gambar 6.14	Karton box	75
Gambar 6.15	Gambaran rantai pasok	75
Gambar 6.16	Manajemen Kualitas PT CMB	76
Gambar 6.17	Metode FEFO di PT CMB	77
Gambar 6.18	Metode FIFO di PT CMB	79
Gambar 7.1	Frame Work Perencanaan SDM Buddies	83
Gambar 7.2	Kerangka Mckinsey 7S	85
Gambar 7.3	Logo Perusahaan PT. Catur Manunggal Berjaya	87
Gambar 7.4	Struktur Organisasi PT. Catur Manunggal Berjaya	91
Gambar 7.5	Flowchart Penerimaan Karyawan CMB	94
Gambar 7.6	Flowchart Pelatihan Karyawan CMB	95
Gambar 8.1	Kerangka Kerja Keuangan PT Catur Manunggal Berjaya.....	100
Gambar 9.1	Kerangka Kerja Risk Plan ISO 31000:2018	112
Gambar 9.2	Prinsip Manajemen Risiko	113
Gambar 9.3	Risk Management Process Based on ISO 31000	114
Gambar 9.4	Proses Manajemen Risiko ISO 31000:2018.....	115