

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	xix
<b>BAB I INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Background</i> .....	1
1.2 <i>Problem or Opportunities Identification</i> .....	2
1.2.1 <i>Job to be Done</i> .....	3
1.2.2 <i>Customer Pain</i> .....	3
1.2.3 <i>Customer Gain</i> .....	3
1.3 <i>Business Solutions</i> .....	4
1.3.1 <i>Pain Reliever</i> .....	4
1.3.2 <i>Gain Creator</i> .....	4
1.3.3 <i>Product or Services</i> .....	5
1.4 <i>Business Profile</i> .....	5
1.4.1 <i>Bisnis Yang Ditawarkan</i> .....	5
1.4.2 <i>Visi dan Misi Perusahaan</i> .....	6
1.4.2.1 <i>Visi Perusahaan</i> .....	6
1.4.2.2 <i>Misi Perusahaan</i> .....	6
1.4.3 <i>Logo dan Tagline Perusahaan</i> .....	6
1.4.3.1 <i>Logo Perusahaan</i> .....	6
1.4.3.2 <i>Tagline Perusahaan</i> .....	7
<b>BAB II EXTERNAL FACTOR ANALYSIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 <i>Framework</i> .....	8

2.2	<i>Competitive Force / Kekuatan Kompetitif</i> .....	8
2.2.1	<i>Threat of New Entrants / Ancaman Pendetang Baru</i> .....	10
2.2.1.1	<i>Capital Requirement / Modal Awal</i> .....	10
2.2.1.2	<i>Product Differentiation / Diferensiasi Produk</i> .....	10
2.2.2	<i>Bargaining Power of Buyer / Kekuatan Tawar Pembeli</i> .....	10
2.2.2.1	<i>Product Differentiation / Diferensiasi Produk</i> .....	10
2.2.2.2	<i>Cost of Product Relative to Total Cost / Biaya Produk Relatif terhadap Total Biaya</i> .....	10
2.2.2.3	<i>Buyer's Information / Informasi pembeli</i> .....	10
2.2.2.4	<i>Switching Cost / Biaya Peralihan</i> .....	11
2.2.3	<i>Threat of Substitutes / Ancaman Pengganti</i> .....	11
2.2.3.1	<i>Buyers' Propensity to Substitute / Kecenderungan Pembeli untuk Mengganti</i> .....	11
2.2.3.2	<i>Relative Prices and Performance of Substitutes / Harga Relatif dan Kinerja Pengganti</i> .....	11
2.2.4	<i>Bargaining Power of Supplier / Kekuatan Tawar Pemasok</i> .....	12
2.2.4.1	<i>Buyers' Price Sensitivity / Sensitivitas Harga Pembeli</i> .....	12
2.2.5	<i>Industry Rivalry / Persaingan Industri</i> .....	12
2.2.5.1	<i>Concentration / Konsentrasi</i> .....	12
2.2.5.2	<i>Diversity of Competitors / Keragaman Pesaing</i> .....	12
2.2.5.3	<i>Product Differentiation / Diferensiasi Produk</i> .....	14
2.3	<i>P.E.S.T</i> .....	16
2.3.1	<i>Political / Politik</i> .....	16
2.3.2	<i>Economic / Ekonomi</i> .....	17
2.3.3	<i>Social / Sosial</i> .....	18
2.3.4	<i>Technology / Teknologi</i> .....	19
2.4	<i>External Factor Evaluation (EFE)</i> .....	20
<b>BAB III INTERNAL FACTOR ANALYSIS</b> .....		21
3.1	<i>Framework</i> .....	21
3.2	<i>Analysis of Demand</i> .....	21
3.2.1	Harga yang murah .....	22
3.2.2	Kemudahan dan kepraktisan .....	22
3.2.3	Pelayanan yang prima .....	22

3.2.4	Hasil pengerjaan yang baik dan tahan lama.....	23
3.3	<i>Analysis of Competition</i> .....	23
3.3.1	Harga yang kompetitif dan bersaing .....	24
3.3.2	Teknologi .....	24
3.3.3	Sumber daya manusia yang berkualitas .....	25
3.3.4	Strategi pemasaran yang tepat.....	25
3.4	Penilaian <i>Resources</i> dan <i>Capabilities</i> .....	25
3.4.1	<i>Resources</i> .....	25
3.4.1.1	Sumber Daya Manusia (R1) .....	25
3.4.1.2	<i>Equipment</i> (R2).....	25
3.4.1.3	<i>E-payment</i> (R3).....	26
3.4.1.4	<i>One Stop Service</i> (R4) .....	26
3.4.1.5	Merek Dagang (R5) .....	26
3.4.1.6	Teknologi (R6).....	26
3.4.1.7	<i>Finance – Operational</i> (R7) .....	27
3.4.2	<i>Capabilities</i> .....	27
3.4.2.1	Pelayanan Prima (C1).....	27
3.4.2.2	Relasi (C2) .....	28
3.4.2.3	Marketing (C3) .....	28
3.5	<i>Competitive Advantage</i> .....	30
3.6	<i>Strength – Weakness</i> (IFE) .....	31
BAB IV STRATEGIC PLAN.....		32
4.1	<i>Framework</i> .....	32
4.2	<i>Establish Long-term Objectives</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	<i>The Input Stage</i> (EFE, IFE and CPM) .....	35
4.3.1	<i>Analisis External Factor Evaluation</i> (EFE).....	35
4.3.2	<i>Analisis Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	36
4.3.3	<i>Analisis Competitive Profile Matrix</i> (CPM) .....	37
4.4	<i>The Matching Stage</i> .....	38

4.4.1	SWOT Matrix .....	38
4.4.2	Internal External Matrix .....	40
4.5	The Decision Stage.....	40
4.6	Menentukan <i>Business Level Strategy</i> .....	42
4.7	<i>Lean Business Canvas Model</i> .....	42
BAB V MARKETING PLAN .....		44
5.	<i>Framework</i> .....	44
5.1	Tujuan, Sasaran dan Strategi Pemasaran.....	44
5.1.1	Tujuan Pemasaran .....	44
5.1.2	Sasaran Pemasaran.....	45
5.1.3	Strategi Pemasaran .....	46
5.2	<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .....	46
5.2.1	<i>Segmenting</i> .....	46
5.2.2	<i>Targeting</i> .....	48
5.2.3	<i>Positioning</i> .....	48
5.3	<i>Marketing Mix</i> .....	48
5.3.1	<i>Product</i> .....	48
5.3.2	<i>Price</i> .....	49
5.3.3	<i>Promotion</i> .....	49
5.3.4	<i>Place</i> .....	49
5.3.5	<i>People</i> .....	49
5.3.6	<i>Process</i> .....	49
5.3.7	<i>Phsycal Evidence</i> .....	50
5.4	<i>Sales</i> .....	50
5.4.1	<i>Sales Aktivitas</i> .....	50
5.4.2	<i>Sales Team/Personel</i> .....	50
5.4.3	<i>Sales Budget</i> .....	50
5.5	<i>Revenue Stream</i> .....	51
BAB VI OPERATIONAL PLAN.....		52
6.1	Tahapan Pendirian Bisnis/Usaha.....	53
6.1.1	Akta Perusahaan .....	53
6.2	Tujuan dan Sasaran Operasional .....	55

6.2.1	Tujuan Operasional.....	55
6.2.2	Sasaran Operasional.....	56
6.3	Desain Operasi .....	57
6.3.1	Desain Produk Repair .....	57
6.3.2	<i>One Stop Service</i> .....	57
6.3.3	Desain Proses .....	58
6.3.4	Desain Proses Barang Baku .....	59
6.3.5	<i>Layout</i> dan Aliran Barang/Jasa .....	60
6.3.6	<i>Process Technology</i> .....	62
6.4	Pengantaran Operasi.....	65
6.4.1	Manajemen Rantai Pasok .....	65
6.4.2	Perencanaan dan Kontrol Persediaan.....	65
6.4.3	Manajemen Kualitas .....	65
6.5	Proyeksi <i>Operasional Cost</i> .....	66
BAB VII HUMAN CAPITAL PLAN .....		68
7.	<i>Framework</i> .....	68
7.1	Tujuan dan Sasaran <i>Human Capital</i> .....	68
7.1.1	Tujuan <i>Human Capital</i> .....	68
7.1.2	Sasaran <i>Human Capital</i> .....	69
7.1.3	Strategi <i>Human Capital</i> & Implementasi Kerangka McKinsey 7S	70
7.2	Budaya Perusahaan (Schein).....	71
7.2.1	<i>Artifact</i> Perusahaan .....	71
7.2.2	<i>Norm / Value</i> .....	72
7.2.3	<i>Assumption / Believe</i> .....	73
7.3	Struktur Organisasi.....	74
7.4	Perencanaan Human Capital.....	76
7.4.1	Estimasi Jumlah Karyawan .....	76
7.4.2	Skema Rekrutmen .....	77
7.4.3	Strategi Pelatihan dan Pengembangan .....	79
7.4.4	Skema Pengembangan Karir.....	79
7.4.5	Sistem Kompensasi dan Manfaat Lainnya.....	79
7.4.5.1	Kompensasi Langsung.....	80

7.4.5.2	Kompensasi Tidak Langsung .....	80
7.4.6	Evaluasi Pekerjaan .....	81
7.4.7	Pemutusan Hubungan Kerja.....	81
7.5	Proyeksi <i>Human Resource Cost</i> .....	82
BAB VIII FINANCIAL PLAN.....		84
8.1	Tujuan dan Sasaran Keuangan .....	84
8.1.1	Tujuan Keuangan .....	84
8.1.2	Sasaran Keuangan .....	85
8.2	Elemen Perencanaan Keuangan .....	86
8.2.1	Perencanaan Pendapatan .....	86
8.2.2	Perencanaan Biaya Operasional (OPEX).....	86
8.2.2.1	Biaya <i>Human Capital</i> .....	87
8.2.2.2	Biaya <i>Operational</i> .....	87
8.2.2.3	Biaya <i>Marketing</i> .....	88
8.2.2.4	Biaya <i>Risk</i> .....	88
8.2.2.5	<i>Capital Expenditure</i> .....	88
8.2.3	Perencanaan Investasi .....	89
8.2.4	Perencanaan Kebutuhan Modal.....	89
8.2.5	Perencanaan Pembiayaan .....	90
8.3	Proyeksi Keuangan.....	90
8.3.1	Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	90
8.3.2	Proyeksi Laporan Neraca .....	91
8.3.3	Proyeksi Laporan Arus Kas .....	92
8.4	Analisa Kelayakan Investasi .....	93
8.4.1	<i>Average Rate of Return (ARR)</i> .....	94
8.4.2	<i>Return On Investment (ROI)</i> .....	94
8.4.3	<i>Net Present Value (NPV)</i> .....	95
8.4.4	<i>Payback Period (PP)</i> .....	95
8.4.5	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i> .....	96
8.5	Analisa Kinerja Keuangan.....	96
8.5.1	Rasio Likuiditas .....	97
8.5.2	Rasio Solvabilitas/ <i>Leverage</i> .....	97

8.5.3	Rasio Profitabilitas .....	98
BAB IX RISK PLAN.....		99
9.1	Tujuan dan Sasaran Risiko .....	99
9.1.1	Tujuan Risiko.....	99
9.1.2	Sasaran Risiko .....	100
9.2	Prinsip Manajemen Risiko .....	100
9.3	Kerangka Manajemen Risiko .....	102
9.3.1	Kepemimpinan dan Komitmen.....	102
9.3.2	Integrasi .....	103
9.3.3	Desain .....	103
9.3.4	Implementasi.....	103
9.3.5	Evaluasi.....	104
9.3.6	Perbaikan .....	104
9.4	Proses Manajemen Risiko.....	104
9.4.1	Konsultasi dan Komunikasi .....	105
9.4.2	Lingkup, Konteks dan Kriteria.....	105
9.4.3	Penilaian Risiko .....	107
9.4.3.1	Identifikasi Risiko.....	107
9.4.3.2	Identifikasi Dampak Risiko .....	110
9.4.3.3	Analisis Risiko.....	111
9.4.3.4	Evaluasi Risiko .....	112
9.4.4	Penanganan Risiko .....	113
9.4.5	Pemantauan dan Tinjauan .....	117
9.4.6	Pencatatan dan Pelaporan.....	117
9.5	Biaya Manajemen Risiko .....	118
DAFTAR REFERENSI .....		119
LAMPIRAN.....		120

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil PT Hygeia Vulcan Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Porter’s Five Forces .....	15
Tabel 2.2 Opportunity and Threat Political.....	17
Tabel 2.3 Opportunity and Threat Economic.....	18
Tabel 2.4 Opportunity and Threat Social.....	18
Tabel 2.5 Opportunity and Threat Technology.....	19
Tabel 2.6 External Factor Evaluation (EFE).....	20
Tabel 3.1 Penilaian Resources dan Capabilities .....	28
Tabel 3.2 Competitive Advantage.....	30
Tabel 3.3 Strength – Weakness (IFE) .....	31
Tabel 4.1 Tujuan jangka pendek perusahaan .....	33
Tabel 4.2 Tujuan jangka menengah perusahaan .....	33
Tabel 4.3 Tujuan jangka panjang perusahaan.....	34
Tabel 4.4 Analisis External Factor Evaluation (EFE).....	35
Tabel 4.5 Analisis Internal Factor Evaluation (IFE).....	36
Tabel 4.6 Analisis Competitive Profile Matrix (CPM) Fix n Clean .....	37
Tabel 4.7 SWOT Matrix .....	38
Tabel 4.8 The Decision Stage .....	41
Tabel 5.1 Tujuan Jangka Pendek Marketing Fix n Clean .....	44
Tabel 5.2 Tujuan Jangka Menengah Marketing Fix n Clean.....	45
Tabel 5.3 Tujuan Jangka Panjang Marketing Fix n Clean.....	45
Tabel 5.4 Sasaran Marketing Fix n Clean.....	45
Tabel 5.5 Sales Budget Fix n Clean.....	51
Tabel 5.6 Revenue Stream Optimis .....	51
Tabel 5.7 Revenue Stream Pesimis.....	51
Tabel 6.1 Persentase Saham Pendiri Fix n Clean.....	55
Tabel 6.2 Tujuan Operasional Fix n Clean .....	55
Tabel 6.3 Sasaran Operasional Fix n Clean .....	56
Tabel 6.4 Operational Expenditur Fix n Clean .....	67
Tabel 6.5 Capital Expenditure Fix n Clean.....	67
Tabel 7.1 Tujuan SDM Fix n Clean.....	69
Tabel 7.2 Sasaran Human Capital.....	69
Tabel 7.3 Impelementasi kerangka McKinsey 7S Fix n Clean.....	70
Tabel 7.4 Nilai-nilai Organisasi Fix n Clean .....	72
Tabel 7.5 Tabel Assumption / Believe Fix n Clean .....	73
Tabel 7.6 Skema Perencanaan Jumlah Karyawan.....	77
Tabel 7.7 Pelatihan dan Pengembangan.....	79
Tabel 7.8 Rincian Kompensasi dan Manfaat .....	81
Tabel 7.9 Estimasi Perhitungan Pengeluaran SDM .....	83



Tabel 8.1 Tujuan Keuangan Fix n Clean .....	84
Tabel 8.2 Sasaran Keuangan Fix n Clean .....	85
Tabel 8.3 Perencanaan Pendapatan .....	86
Tabel 8.4 Biaya Human Capital Fix n Clean .....	87
Tabel 8.5 Biaya Operational Fix n Clean.....	87
Tabel 8.6 Biaya Marketing Fix n Clean .....	88
Tabel 8.7 Biaya Risk Fix n Clean .....	88
Tabel 8.8 Capital Expenditure Fix n Clean.....	89
Tabel 8.9 Modal Awal Fix n Clean.....	89
Tabel 8.10 Perencanaan Pembiayaan Fix n Clean .....	90
Tabel 8.11 Proyeksi Optimis Laporan Laba Rugi Fix n Clean .....	90
Tabel 8.12 Proyeksi Pesimis Laporan Laba Rugi Fix n Clean .....	91
Tabel 8.13 Proyeksi Optimis Laporan Neraca .....	91
Tabel 8.14 Proyeksi Pesimis Laporan Neraca.....	92
Tabel 8.15 Proyeksi Optimis Cash Flow.....	92
Tabel 8.16 Proyeksi Pesimis Cash Flow .....	93
Tabel 8.17 Tabel Optimis Analisa Kelayakan Investasi .....	93
Tabel 8.18 Tabel Pesimis Analisa Kelayakan Investasi.....	94
Tabel 8.19 Indikator NPV .....	95
Tabel 8.20 Analisa Optimis Kinerja Keuangan Fix n Clean.....	96
Tabel 8.21 Analisa Pesimis Kinerja Keuangan Fix n Clean .....	97
Tabel 9.1 Tujuan Risiko Fix n Clean .....	99
Tabel 9.2 Sasaran Risiko Fix n Clean .....	100
Tabel 9.3 Prinsip Manajemen Risiko Fix n Clean .....	101
Tabel 9.4 Peran dan Tanggung Jawab Tim Manajemen Risiko.....	103
Tabel 9.5 Kriteria Probabilitas Risiko.....	105
Tabel 9.6 Kriteria Dampak Risiko .....	106
Tabel 9.7 Matriks Analisa Risiko.....	106
Tabel 9.8 Level Risiko dan Tindakan Yang Diambil .....	106
Tabel 9.9 Identifikasi Risiko Fix n Clean .....	107
Tabel 9.10 Identifikasi Risiko, Penyebab, Gejala, dan Faktor Positif Fix n Clean .....	108
Tabel 9.11 Dampak Risiko Fix n Clean .....	110
Tabel 9.12 Penilaian Kemungkinan dan Dampak Risiko Fix n Clean.....	111
Tabel 9.13 Matriks Inherent Evaluasi Risiko Fix n Clean.....	112
Tabel 9.14 Penanganan Risiko Fix n Clean .....	113
Tabel 9.15 Penilaian Kemungkinan dan Dampak Risiko Fix n Clean Setelah Penanganan Risiko.....	115
Tabel 9.16 Matriks Residual Evaluasi Risiko Fix n Clean .....	115
Tabel 9.17 Penanganan Risiko Lanjutan Fix n Clean.....	116
Tabel 9.18 Penilaian Kemungkinan dan Dampak Risiko Fix n Clean Setelah Penanganan Risiko Lanjutan .....	116

Tabel 9.19 Matriks Residual Akhir Evaluasi Risiko Fix n Clean .....	116
Tabel 9.20 Pemantauan dan Tinjauan Risiko Fix n Clean .....	117
Tabel 9.21 Pencatatan dan Pelaporan Risiko Fix n Clean .....	117
Tabel 9.22 Biaya Manajemen Risiko Fix n Clean .....	118



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Penduduk DKI Jakarta tahun 2020 menurut Generasi.....	1
Gambar 1.2 Value Proposition Canvas. ....	3
Gambar 1.3 Logo Fix n Clean.....	6
Gambar 2.1 Framework External Factor Evaluation. ....	8
Gambar 2.2 Porter’s Five Forces. ....	8
Gambar 2.3 The structural determinants of the five forces of competition. ....	9
Gambar 2.4 Toko Laba-laba .....	13
Gambar 2.5 Toko Captain Fix.....	13
Gambar 2.6 Toko Stop'N'Go.....	14
Gambar 2.7 Porter’s Five Forces Spider Web. ....	16
Gambar 2.8 Contoh usaha reparasi. ....	16
Gambar 2.9 Hasil Sensus Penduduk 2020 .....	17
Gambar 3.1 Framework Internal Factor Analysis.....	21
Gambar 3.2 Analysis of Demand.....	22
Gambar 3.3 Analysis of Competition .....	24
Gambar 3.4 Hypothetical Strength and Weakness Fix n Clean .....	29
Gambar 4.1 Framework Strategic Plan .....	32
Gambar 4.2 Internal External Matrix .....	40
Gambar 4.3 Business Level Strategy .....	42
Gambar 4.4 Lean Business Canvas Model Fix n Clean.....	43
Gambar 5.1 Framework Strategi Pemasaran.....	44
Gambar 5.2 Komposisi Penduduk DKI Jakarta tahun 2020 menurut Generasi....	46
Gambar 5.3 Penduduk DKI Jakarta 2019 Sumber Badan Pusat Statistik DKI.....	47
Gambar 5.4 Lama mengakses internet Sumber Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. .....	47
Gambar 5.5 Positioning Fix n Clean .....	48
Gambar 6.1 Framework Operational Plan .....	52
Gambar 6.2 Tahapan Pendirian PT. Hygeia Vulcan Indonesia .....	53
Gambar 6.3 Peta Lokasi Fix n Clean .....	54
Gambar 6.4 Contoh desain produk Fix n Clean.....	57
Gambar 6.5 One Stop Service.....	58
Gambar 6.6 Diagram Alur Proses Order dengan Datang Langsung dan Aplikasi	59
Gambar 6.7 Desain Proses Barang Baku .....	60
Gambar 6.8 Rencana Desain Workshop Fix n Clean.....	60
Gambar 6.9 Layout Lantai 1-3 Fix n Clean .....	61
Gambar 6.10 Skema Aliran Jasa .....	62
Gambar 6.11 Mesin Jahit .....	62
Gambar 6.12 Alat Reparasi .....	63
Gambar 6.13 Gambar Mesin Cuci .....	63

Gambar 6.14 Tampilan Aplikasi Login dan Home Fix n Clean .....	64
Gambar 7.1 Framework Perencanaan SDM Fix n Clean.....	68
Gambar 7.2 Kerangka McKinsey 7S .....	70
Gambar 7.3 Struktur Organisasi Fix N Clean .....	74
Gambar 7.4 Proses Rekrutmen Karyawan Fix n Clean.....	77
Gambar 8.1 Framework Financial Plan Fix n Clean.....	84
Gambar 9.1 Framework Risk Plan Fix n Clean .....	99
Gambar 9.2 Prinsip Manajemen Risiko ISO 31000:2018.....	101
Gambar 9.3 Kerangka Manajemen Risiko .....	102
Gambar 9.4 Struktur Tim Manajemen Risiko Fix n Clean .....	102
Gambar 9.5 Proses Manajemen Risiko ISO 31000:2018 .....	104

