

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	2
HALAMAN PENGESAHAN .....	3
UCAPAN TERIMA KASIH.....	4
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	5
ABSTRAK .....	6
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
BAB I .....	14
1.1    Latar Belakang .....	14
1.2    Identifikasi Masalah dan Peluang .....	16
1.2.1 Job To Be Done.....	16
1.2.2 Customer Pain .....	17
1.2.3 Customer Gain.....	17
1.3    Solusi Bisnis .....	17
1.3.1 Pain Reliever.....	17
1.3.2 Gain Creator.....	17
1.3.3 Products/Services .....	17
1.3.4 Profil Perusahaan .....	18
1.4    Visi dan Misi .....	19
BAB II .....	20
2.1    Framework .....	20
2.2 <i>Porter's Five Forces (Competitive Forces)</i> .....	20
2.2.1 <i>Threat of Entry</i> .....	21
2.2.2 <i>Industry Rivalry</i> .....	22
2.2.3 <i>Buyer's Power</i> .....	23
2.2.4 <i>Supplier's Power</i> .....	24
2.2.5 <i>Threat of Substitute Product</i> .....	25
2.3    Analisis PEST .....	28
2.3.1    Faktor Politik.....	28
2.3.2    Faktor Ekonomi.....	30
2.3.3    Sosial.....	32
2.3.4    Teknologi.....	33
2.4    Analisis Matriks EFE .....	35

<b>BAB III</b>	37
3.1    Kerangka Kerja.....	37
3.2    Analisa Permintaan.....	37
3.2.1    Akreditasi (R1) .....	37
3.2.2    Struktur Organisasi (R2).....	37
3.2.3 <i>Brand Image / Reputasi (R3)</i> .....	38
3.2.4 <i>External Relation (Government and Corporate) (C1)</i> .....	38
3.3    Analisa Kompetisi .....	38
3.3.1    Lulusan Berkompeten (R4) .....	38
3.3.2    Sumber Daya Manusia (R5) .....	39
3.3.3    Teknologi (R6) .....	39
3.3.4 <i>Marketing and Sales (C2)</i> .....	39
3.3.5 <i>People Development (C3)</i> .....	39
3.4    Penilaian <i>Resources</i> dan <i>Capabilities</i> .....	39
3.5 <i>Competitive Advantage</i> .....	41
3.6 <i>Strength – Weakness (IFE)</i> .....	42
<b>BAB IV</b> .....	44
4.1    Kerangka Kerja.....	44
4.2    Establish Long Term.....	44
4.2.1    Tujuan Jangka Pendek .....	44
4.3    Tahapan Input ( <i>Input Stage</i> ) .....	46
4.3.1    Analisa EFE .....	46
4.3.2    Matriks IFE .....	49
4.3.3    Matriks Profil Kompetitif.....	49
4.4 <i>Matching Stage (SWOT Matrix)</i> .....	51
4.4.1    IE (Internal – External) Matrix .....	55
4.5    Decision Stage (QSPM Matrix).....	55
4.6 <i>Business Level Strategy</i> .....	59
4.6.1 <i>Porter's Generic Strategy</i> .....	60
4.7 <i>Lean Business Canvas</i> .....	60
<b>BAB V</b> .....	61
5.1    Tujuan dan Sasaran Pemasaran .....	61
5.1.1    Tujuan Pemasaran .....	61
5.1.2    Sasaran Pemasaran .....	61
5.2 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	62
5.2.1 <i>Segmenting</i> .....	62

5.2.2	<i>Targeting</i> .....	62
5.2.3	<i>Positioning</i> .....	63
5.3	<i>Marketing mix</i> .....	63
5.3.1	<i>Marketing Mix NICE</i> .....	63
5.4	<i>Sales</i> .....	65
5.4.1	<i>Sales Activity</i> .....	65
5.4.2	<i>Sales Team/Personil</i> .....	67
5.4.3	<i>Sales Budget</i> .....	67
5.5	<i>Proyeksi Revenue Stream</i> .....	68
BAB VI	.....	69
6.1	<b>Framework</b> .....	69
6.2	<b>Tahapan pendirian</b> .....	69
6.3	<b>Tujuan dan Sasaran Operasional</b> .....	70
6.3.1	<b>Tujuan Operasional</b> .....	70
6.3.2	<b>Sasaran Operasional</b> .....	71
6.4	<b>Desain Operasional</b> .....	71
6.4.1	<b>Desain Jasa</b> .....	71
6.4.2	<b>Proses Jasa</b> .....	73
6.4.3	<b>Layout dan Aliran Barang/Jasa</b> .....	73
6.4.4	<b>Proses Teknologi</b> .....	75
6.5	<b>Penghantaran Operasi</b> .....	76
6.5.1	<b>Manajemen Rantai Pasok</b> .....	76
6.5.2	<b>Manajemen Kualitas</b> .....	76
	<b>Tabel 6.6</b> Instrumen Kepuasan Pembelajaran .....	77
	<b>Tabel 6.7</b> Instrumen Kepuasan Layanan Akademik .....	78
6.6	<b>Proyeksi Operasional Cost</b> .....	78
6.6.1	<b>Skenario dan Asumsi Operasional Cost</b> .....	78
6.6.2	<b>Proyeksi Operasional Cost</b> .....	78
BAB VII	.....	80
7.1	<b>Tujuan dan Sasaran Human Capital</b> .....	80
7.1.1	<b>Tujuan Human Capital</b> .....	80
7.1.2	<b>Sasaran Human Capital</b> .....	80
7.1.3	<b>Strategi Human Capital</b> .....	80
7.2	<b>Budaya Perusahaan</b> .....	81
7.2.1	<b>Artifact Institut</b> .....	81
7.2.2	<b>Norma/Nilai</b> .....	82

<b>7.2.3</b>	<i>Assumption/Believe .....</i>	82
<b>7.3</b>	<b>Struktur Organisasi .....</b>	83
<b>7.4</b>	<b>Perencanaan Human Capital .....</b>	85
<b>7.4.1</b>	<b>Rekrutmen .....</b>	85
<b>7.4.2</b>	<b>Pelatihan dan Pengembangan .....</b>	86
<b>7.4.3</b>	<b>Sistem Kompensasi.....</b>	86
<b>7.4.4</b>	<b>Evaluasi Kinerja.....</b>	87
<b>7.4.5</b>	<b>Pemutusan Hubungan Kerja.....</b>	89
<b>7.5</b>	<b>Proyeksi Human Capital Cost.....</b>	89
<b>BAB VIII</b>		91
<b>8.1</b>	<b>Tujuan dan Sasaran Keuangan .....</b>	91
<b>8.1.1</b>	<b>Tujuan Keuangan.....</b>	91
<b>8.1.2</b>	<b>Sasaran Keuangan.....</b>	92
<b>8.2</b>	<b>Elemen Perencanaan Keuangan .....</b>	92
<b>8.2.1</b>	<b>Perencanaan Pendapatan .....</b>	92
<b>8.2.2</b>	<b>Perencanaan Biaya Terkait (Marketing, Operasional, HC) .....</b>	93
<b>8.2.3</b>	<b>Perencanaan Kebutuhan Modal .....</b>	95
<b>8.2.4</b>	<b>Perencanaan Pembiayaan.....</b>	95
<b>8.3</b>	<b>Proyeksi Keuangan .....</b>	96
<b>8.3.1</b>	<b>Proyeksi Laporan Laba Rugi.....</b>	96
<b>8.3.2</b>	<b>Proyeksi Laporan Posisi Keuangan .....</b>	96
<b>8.4</b>	<b>Analisa Kelayakan Investasi .....</b>	97
<b>8.4.1</b>	<b><i>Net Present Value (NPV)</i> .....</b>	97
<b>8.4.2</b>	<b><i>Payback Period (PP)</i> .....</b>	98
<b>8.4.3</b>	<b><i>Internal Rate of Return (IRR)</i> .....</b>	98
<b>8.5</b>	<b>Analisa Kinerja Keuangan .....</b>	98
<b>8.5.1</b>	<b>Rasio Likuiditas .....</b>	98
<b>8.5.2</b>	<b>Rasio Solvabilitas.....</b>	99
<b>8.5.3</b>	<b>Rasio Profitabilitas.....</b>	99
<b>BAB IX</b>		100
<b>9.1</b>	<b>Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko.....</b>	100
<b>9.1.1</b>	<b>Tujuan Manajemen Risiko .....</b>	100
<b>9.1.2</b>	<b>Sasaran Manajemen Risiko .....</b>	100
<b>9.2</b>	<b>Prinsip dan Komitmen Manajemen Risiko.....</b>	100
<b>9.3</b>	<b>Kerangka Manajemen Risiko .....</b>	102
<b>9.4</b>	<b>Proses Manajemen Risiko .....</b>	102

9.4.1	Identifikasi Risiko .....	102
9.4.2	Analisa Risiko .....	104
9.4.3	Evaluasi Risiko .....	106
9.5	Biaya Manajemen Risiko.....	111
DAFTAR PUSTAKA .....		113

## **DAFTAR TABEL**

Halaman

Tabel 2.1 Threat Of New Entrance.....	8
Tabel 2.2 Deversity Of Competitor .....	11
Tabel 2.3 Rivalry Between Established Competitors.....	11
Tabel 2.4 Power Of Buyers .....	13
Tabel 2.5 Threat Of Subtitue Product.....	15
Tabel 3.1 Appraising Resources and Capabilities Institut Olahraga Negara Indonesia.....	22
Tabel 4.1 Tujuan Jangka Pendek.....	24
Tabel 4.2 Tujuan Jangka Menengah.....	24
Tabel 4.3 Tujuan Jangka Panjang.....	25
Tabel 4.4 Faktor Penentu Kekuatan dan Kelemahan .....	25
Tabel 4.5 Faktor Penentu Peluang dan Ancaman.....	26
Tabel 4.6 Critical Succes Factors .....	27
Tabel 4.7 SWOT Matrix.....	28
Tabel 4.8 QSPM Matrix.....	29

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

<b>Gambar 1.1</b> Kapasitas 5 Perguruan Tinggi Negeri Fakultas Keolahragaan.....	2
<b>Gambar 1.2</b> Logo IONI.....	4
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Analisa Lingkungan Bisnis .....	5
<b>Gambar 2.2</b> Matriks O dan T Faktor Politik.....	5
<b>Gambar 2.3</b> Matriks O dan T Faktor Ekonomi.....	6
<b>Gambar 2.4</b> Matriks O dan T Faktor Sosial.....	6
<b>Gambar 2.5</b> Matriks O dan T Faktor Teknologi.....	7
<b>Gambar 2.6</b> Analisis Porter Five Forces.....	7
<b>Gambar 3.1</b> Kerangka Kerja Analisi Faktor Internal.....	16
<b>Gambar 4.1</b> Kerangka Kerja Perencanaan Strategi.....	23