

DAFTAR ISI

	Halaman
MUKA HALAMAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1. Kondisi Kesehatan Indonesia	1
1.1.2. Sarana Kesehatan Indonesia	9
1.1.3. Tenaga Kesehatan dan Medis Indonesia	21
1.1.4. Kesenjangan Kesehatan di Indonesia	47
1.1.5. Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia	54
1.2 Identifikasi Masalah	62
1.3 Peluang Bisnis	67
1.4 Definisi Bisnis	75
1.5 Studi Kelayakan Bisnis	78
1.5.1. Aspek Hukum	78
1.5.2. Aspek Pemasaran	79

1.5.2.1 Segmentasi Pasar.....	79
1.5.2.2 Pasar Sasaran (Market Targeting).....	80
1.5.2.3 Bauran Pemasaran.....	81
1.5.3 Aspek Keuangan.....	81
BAB II ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS.....	83
2.1 Frame Work.....	83
2.2 Analisa Supply.....	83
2.3. Analisa Demand.....	85
2.4. Porter's Five Forces.....	93
2.4.1. Persaingan antar Perusahaan atau Industri yang Saling Bersaing.....	96
2.4.2. Potensial dari Pesaing Baru.....	104
2.4.3. Potensi Pengembangan Produk Substitusi.....	105
2.4.4. Kekuatan Posisi Tawar Pemasok.....	107
2.4.4.1. Supplier Unit Komputer.....	109
2.4.4.2. Supplier Jaringan Internet.....	109
2.4.4.3. Supplier Sumber Daya Manusia.....	110
2.4.5. Kekuatan Daya Tawar Konsumen.....	111
2.4.6. Impact Analysis.....	120
2.5. Analisa PEST.....	121
2.5.1. Politik.....	121

2.5.1.1. Isu terhadap Bisnis Online.....	122
2.5.1.2. Dukungan Pemerintah.....	125
2.5.1.3. Pajak.....	129
2.5.1.4. Kebijakan Hukum.....	133
2.5.1.5. Kualifikasi SDM.....	136
2.5.1.6. Universal Health Coverage.....	136
2.5.2. Ekonomi.....	140
2.5.2.1. Tingkat Ekonomi Konsumen.....	140
2.5.2.2. Inflasi.....	145
2.5.2.3. Suku Bunga dan Nilai Tukar.....	148
2.5.3. Sosial.....	152
2.5.4. Teknologi.....	155
2.6. Scenario Planning.....	165
2.7. Peluang Bisnis (Opportunity).....	168
2.8. Ancaman Bisnis (Threat).....	169
BAB III STRATEGI PERUSAHAAN.....	171
3.1. Frame Work.....	171
3.2. Profil Yayasan.....	173
3.3. Visi dan Misi.....	175
3.3.1. Visi Yayasan.....	176
3.3.2. Misi Yayasan.....	176

3.3.3. Tujuan Jangka Panjang (Long Term Objective).....	176
3.4. Kekuatan Bisnis.....	177
3.5. Kelemahan Bisnis.....	178
3.6. Formulasi Strategi.....	178
3.6.1. Input Stage.....	179
3.6.1.1. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (External Factor Evaluation – EFE).....	180
3.6.1.2. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluation – IFE).....	183
3.6.1.3. Matriks Profil Kompetitif (Competitive Profil Matrix – CPM).....	185
3.6.2. Matching Stage.....	187
3.6.2.1. Strengths-Weakness-Opportunities-Threats (SWOT).....	188
3.6.2.2. Internal External (IE).....	190
3.6.2.3. Grand Strategic Matrix.....	193
3.6.3. Alternative Strategy.....	196
3.6.4. Decision Stage.....	197
3.6.5. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	198
3.7. Strategi Generik.....	202
BAB IV BISNIS MODEL KANVAS.....	205
4.1. Business Model Canvas.....	205

4.1.1. Segmen Pelanggan (Customer Segment).....	209
4.1.2. Proposisi Nilai (Value Propositions).....	210
4.1.3. Saluran (Channels).....	212
4.1.4. Hubungan Pelanggan (Customer Relationships).....	215
4.1.5. Arus Pendapatan (Revenue Streams).....	217
4.1.6. Sumber Daya Utama (Key Resources).....	219
4.1.6.1. Sumber Daya berupa Fisik.....	220
4.1.6.2. Sumber Daya Intelektual.....	221
4.1.6.3. Sumber Daya Manusia.....	222
4.1.6.4. Jaringan Telekomunikasi.....	223
4.1.7. Aktivitas Kunci (Key Activities).....	224
4.1.8. Kemitraan Utama (Key Partnerships).....	225
4.1.9. Struktur Biaya (Cost Structure).....	226
4.2.1. Model Bisnis.....	228
4.2.2. Pola Platform Berisi Banyak (Multi-Sided).....	229
4.2.3. Model Bisnis Terbuka.....	230
4.3. Strategi.....	233
4.3.1. Lingkungan Model Bisnis (Konteks, Pemicu Desain dan Kendala).....	233
4.3.2. Mengevaluasi Model Bisnis.....	235
4.4. Proses Model Bisnis.....	236

4.4.1. Proses Desain Model Bisnis.....	236
4.4.2. Sikap Desain.....	237
4.4.2.1. Menerapkan Model Bisnis dalam Organisasi.....	238
BAB V STRATEGI PEMASARAN.....	241
5.1. Frame Work.....	241
5.1.1 Tujuan Pemasaran.....	244
5.1.2 Segmenting, Targeting, Positioning (STP).....	244
5.1.2.1 Segmenting.....	245
5.1.2.1.1 Segmentasi Berdasarkan Kebutuhan.....	246
5.1.2.1.2 Segmentasi Yayasan RASBiN Indonesia.....	248
5.1.2.1.3 Geografis.....	255
5.1.2.1.4 Demografis.....	257
5.1.2.1.5 Psikografis.....	261
5.1.2.1.6 Perilaku.....	262
5.1.2.2 Targeting (Sasaran Pasar).....	268
5.1.2.2.1 Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication).....	274
5.1.2.3 Positioning.....	276
5.2. Marketing Mix.....	277
5.2.1 Business to Customer (B2C).....	279
5.2.2 Product.....	279

5.2.2.1 Komposisi Produk	281
5.2.2.1.1 Komputer	283
5.2.2.1.3 Koneksi Internet	283
5.2.2.1.4 Domain	284
5.2.2.1.5 Hosting	284
5.2.2.2 Keunggulan Produk	285
5.2.2.3 Spesifikasi Bentuk Produk	285
5.2.3 Price	289
5.2.4 Place (Saluran Pemasaran)	294
5.2.5 Promotion	297
5.2.6 Business to Business (B2B)	300
5.2.6.1 Networking	300
5.2.6.2 Social Interaction	301
5.2.6.3 Common Interest	302
5.2.6.4 Experience	302
5.2.7 Marketing Timeline	303
5.2.8 Rencana Marketing Tahunan	304
5.2.9 Anggaran Komunikasi Marketing	305
5.2.10 Sales Blue Print	306
5.2.11 Sales Force Structure and Roles	307
5.2.12 Sales People	308

5.2.13 Activities.....	309
5.2.14 Customer Results.....	312
5.2.15 Company Results.....	314
5.2.16 Skenario Pesimis.....	314
5.2.17 Skenario Normal.....	318
5.2.18 Skenario Optimis.....	321
BAB VI STRATEGI OPERASIONAL.....	325
6.1. Kerangka Operasional.....	325
6.2. Perizinan dan Peraturan.....	374
6.2.1 Syarat dan Proses Pendirian Yayasan.....	376
6.2.2 Kegiatan Usaha Yayasan.....	378
6.2.3 Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual.....	382
6.2.4 Peraturan Perlindungan Hak-Hak Konsumen menurut Undang-Undang.....	382
6.2.5 Peraturan Usaha E-Commerce.....	386
6.2.6 Peraturan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.....	391
6.2.7 Peraturan Pemberian STR (Surat Tanda Registrasi).....	394
6.3. Manfaat Bisnis Teknologi Informasi.....	397
6.4. 10 Keputusan Manajemen Operasi Yayasan RASBiN Indonesia.....	398
6.4.1 Kualitas.....	400

6.4.2	Desain Barang dan Jasa	401
6.4.3	Desain Proses dan Kapasitas	404
6.4.4	Pemilihan Lokasi	406
6.4.5	Desain Tata Letak	406
6.4.6	Perancangan Kerja dan Sumber Daya Manusia	409
6.4.7	Manajemen Rantai Suplai	411
6.4.8	Persediaan	411
6.4.9	Penjadwalan	411
	6.4.10 Pemeliharaan	413
6.5.	Operasional	413
6.6.	Biaya Operasional	415
BAB VII RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA		421
7.1.	Framework	421
7.2.	Strategi Yayasan	422
7.3.	Shared Value (Budaya dan Nilai-nilai Yayasan)	423
7.4.	Skill (Pengembangan dan Pelatihan)	425
	7.4.1 Tujuan Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia .	426
	7.4.2 Langkah – Langkah Pelatihan dan Pengembangan SDM	
	(Sumber Daya Manusia)	427
	7.4.2.1 Menentukan Kebutuhan Training bagi Karyawan	428
	7.4.2.2 Menentukan Sasaran Training	429

7.4.2.3	Menentukan Program Training	429
7.4.2.4	Metode Pelaksanaan Program Diklat	430
7.4.2.5	Evaluasi Pendidikan dan Pelatihan	431
7.4.2.6	Rencana dan Pelatihan	432
7.5.	Struktur dan Tipe Organisasi	433
7.6.	Peraturan Yayasan (System)	450
7.6.1	Peraturan Hari Kerja dan Jam Kerja	450
7.6.2	Peraturan Istirahat dan Cuti	450
7.6.3	Hubungan Kerja dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)	451
7.6.4	Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)	457
7.6.5	Pendidikan dan Pelatihan (K3)	459
7.6.6	Kegiatan Bersama	459
7.7.	Style (Kepemimpinan)	459
7.8.	Pengadaan dan Penempatan Tenaga Kerja (Staff)	460
7.8.1	Perencanaan Tenaga Kerja	461
7.8.2	Rekrutmen	461
7.8.3	Perencanaan SDM (Sumber Daya Manusia)	463
BAB VIII RENCANA KEUANGAN		465
8.1.	Framework	465
8.2.	Yayasan sebagai Organisasi Nirlaba	475
8.3.	Karakteristik Organisasi Nirlaba	476

8.4.	Akuntansi dan Pelaporan Keuangan	478
8.5.	Laporan Keuangan Organisasi Nirlaba	479
8.5.1	Proyeksi Laporan Realisasi Anggaran	480
8.5.2	Laporan Posisi Keuangan	482
8.5.3	Laporan Aktivitas	485
8.5.4	Laporan Arus Kas	488
8.6.	Catatan Atas Laporan Keuangan	499
8.6.1	Ikhtisar Kebijakan Akuntansi	499
8.7.	Pertanggungjawaban Organ Yayasan terhadap Kerugian Yayasan	500
BAB IX MANAJEMEN RISIKO DAN KESIMPULAN		502
9.1.	Manajemen Risiko	502
9.1.1	Risiko Keuangan	502
9.1.2	Risiko Operasional	503
9.1.3	Risiko Strategis	503
9.1.3	Risiko Eksternalitas	503
9.2.	Identifikasi Risiko	506
9.3.	Pengukuran Risiko	514
9.4.	Penetapan Risiko	517
9.5.	Model Pengelolaan Risiko	519
9.6.	Pengendalian dan Pengawasan Risiko	523

9.7. Kesimpulan.....	523
DAFTAR PUSTAKA.....	xxxii
LAMPIRAN.....	xxxviii