

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	21
DAFTAR TABEL	26
BAB I PENDAHULUAN	31
1.1 Latar Belakang	31
1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang	34
<i>1.2.1 Job to be done</i>	34
<i>1.2.2 Customer Pain</i>	34
<i>1.2.3 Customer Gain</i>	35
1.3 Business Solution	35
<i>1.3.1 Pain Reliever</i>	35
<i>1.3.2 Gain Creator</i>	35
<i>1.3.3 Product / Services</i>	36
1.4 VISI dan MISI, Logo Perusahaan, Tag Line	36
<i>1.4.1 Company Profile Sempel OM</i>	37
<i>1.4.2 Logo Sempel OM</i>	37
<i>1.4.3 Tagline Sempel OM</i>	38
BAB II ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL	39
2.1 Kerangka Kerja	39
2.2 Kekuatan Kompetitif	40
<i>2.2.1 Industry Rivalry</i>	41
<i>2.2.2 Threat Of New Entrants</i>	42
<i>2.2.3 Bargaining Power of Buyers</i>	44
<i>2.2.4 Threat of Substitutes Products</i>	44
<i>2.2.5 Bargaining Power of Suppliers</i>	45
<i>2.2.6 Analisa Porter</i>	45
2.3 Analisa PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi)	47
<i>2.3.1 Analisa Politik</i>	47
<i>2.3.2 Analisa Ekonomi</i>	49
<i>2.3.3 Analisa Sosial</i>	51
<i>2.3.4 Analisa Teknologi</i>	51
2.4 Opportunity-Threat	53
BAB III ANALISIS FAKTOR INTERNAL	54
3.1 Kerangka Kerja	54
3.2 Analysis of Demand	55
3.3 Analysis of of Competition	57
3.4 Penilaian Resources dan Capabilities Sempel OM	60
3.5 Competitive Advantage	63
3.6 Strenghts-Weaknesses	64

BAB IV PERENCANAAN STRATEGI	65
4.1 Kerangka Kerja.....	65
4.2 Establish Terms Objective	65
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek	66
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	68
4.2.3 Tujuan Jangka Panjang.....	70
4.3 The Input Stage	72
4.3.1 EFE (External Factor Evaluation) Matrix	72
4.3.2 IFE (Internal Factor Evaluation) Matrix	73
4.3.3 CPM (Competitive Profile Matrix).....	74
4.4 The Matching Stage	75
4.4.1 SWOT.....	75
4.4.2 IE (Internal-External) Matrix	79
4.5 The Decision Stage	80
4.5.1 QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	80
4.6 Bussines Level Strategy	82
4.6.1 Analysis Porter's Generic Strategy	82
4.7 Lean Business Canvas Model.....	85
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN	87
5.1 Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	87
5.1.1 Tujuan Pemasaran.....	87
5.1.2 Network Effect.....	91
5.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning	92
5.2.1 Segmenting.....	92
5.2.2 Targeting	94
5.2.3 Positioning.....	95
5.3 Marketing Mix.....	97
5.3.1 Product.....	97
5.3.2 Price	97
5.3.3 Promotion.....	98
5.3.4 Place.....	99
5.3.5 NICE (Networking, Interaction, Common interest, Experience)	99
5.3.5.1 Networking (Jaringan).....	99
5.3.5.2 Interaction (Interaksi)	100
5.3.5.3 Common Interest (Kepentingan Bersama)	100
5.3.6 Sales & Marketing Activities	102
5.3.7 Sales & Marketing Budget	106
5.4 Proyeksi Revenue Stream.....	151
5.4.1 Sales Asumsi.....	151
5.4.2 Perencanaan Pendapatan	152

5.4.3	<i>Net Marketing Contribution (NMC)</i>	153
BAB VI	PERENCANAAN OPERASIONAL	155
6.1	Kerangka Kerja	155
6.2	Tahapan Pendirian Bisnis/Usaha	155
6.2.1.	<i>Perizinan</i>	155
6.2.2.	<i>Lahan dan Bangunan</i>	156
6.3	Tujuan dan Sasaran Operasional	157
6.3.1	<i>Tujuan Operasional</i>	157
6.3.2	<i>Sasaran Operasional</i>	159
6.4	Desain Operasi	161
6.4.1	<i>Desain Produk dan Proses</i>	161
6.4.2	<i>Layout dan Aliran Jasa</i>	164
6.4.3	<i>Teknologi Proses</i>	168
6.5	Pengantaran Operasi	172
6.5.1	<i>Service Blue Print</i>	172
6.5.2	<i>Manajemen Rantai Pasok</i>	174
6.5.3	<i>Perencanaan dan Kontrol</i>	175
6.5.4	<i>Manajemen Kualitas</i>	176
6.6	Proyeksi Perencanaan Operasional	176
6.6.1	<i>Asumsi Operasional</i>	176
6.6.2	<i>Anggaran Biaya Operasional</i>	177
BAB VII	RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA	180
7.1	Kerangka Kerja	180
7.2	Tujuan dan Sasaran	180
7.2.1	<i>Tujuan dan Sasaran</i>	180
7.2.2	<i>Strategi Sumber Daya Manusia</i>	183
7.3	Budaya Perusahaan	183
7.3.1	<i>Logo Perusahaan</i>	184
7.3.2	<i>Layout Kantor</i>	185
7.3.3	<i>Nilai Perusahaan</i>	186
7.3.4	<i>Assumption / Believe</i>	187
7.4	Struktur Organisasi	188
7.4.1	<i>Deskripsi Pekerjaan</i>	188
7.5	Perencanaan Sumber Daya Manusia	188
7.5.1	<i>Rekrutmen</i>	188
7.5.2	<i>Pelatihan dan Pengembangan Karyawan dan Marketing</i>	191
7.5.3	<i>Status Karyawan</i>	192
7.5.4	<i>Sistem Penilaian Kinerja Karyawan</i>	192
7.5.5	<i>Evaluasi Pekerjaan</i>	193
7.5.6	<i>Sistem Kehadiran Karyawan</i>	193
7.5.7	<i>Waktu Kerja</i>	194

7.5.8	<i>Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)</i>	195
7.5.9	<i>Sistem Kompensasi</i>	195
7.6	Proyeksi HR Cost	196
7.6.1	<i>Asumsi SDM</i>	196
7.6.2	<i>Perencanaan Biaya SDM</i>	197
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN		199
8.1	Tujuan dan Sasaran Perencanaan Keuangan	199
8.2	Elemen Perencanaan Keuangan	201
8.2.1	<i>Perencanaan Pendapatan</i>	201
8.2.2	<i>Perencanaan Biaya Terkait</i>	201
8.2.3	<i>Perencanaan Investasi</i>	207
8.2.4	<i>Perencanaan Kebutuhan Modal</i>	209
8.2.5	<i>Perencanaan Pembiayaan</i>	210
8.3	Proyeksi Keuangan	210
8.3.1	<i>Proyeksi Laba-Rugi</i>	211
8.3.2	<i>Proyeksi Neraca Keuangan</i>	211
8.3.3	<i>Proyeksi Laporan Arus Kas</i>	212
8.4	Analisa Kelayakan Investasi	212
8.4.1	<i>Return On Investment (RoI)</i>	213
8.4.2	<i>Net Present Value (NPV)</i>	213
8.4.3	<i>Payback Period (PP)</i>	214
8.4.4	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	214
8.5	Analisa Kinerja Keuangan	215
8.5.1	<i>Rasio Likuiditas</i>	215
8.5.2	<i>Rasio Solvabilitas</i>	216
8.5.3	<i>Rasio Profitabilitas</i>	216
BAB IX PERENCANAAN MANAJEMEN RISIKO		218
9.1	Tujuan dan Sasaran Manajemen Resiko	218
9.2	Prinsip dan Komitmen Manajemen Resiko	220
9.3	Kerangka Manajemen Resiko	221
9.4	Proses Manajemen Risiko	221
9.4.1	<i>Risk Identification (Identifikasi Risiko)</i>	222
9.4.2	<i>Identifikasi Dampak Risiko</i>	226
9.4.3	<i>Analisa Risiko</i>	227
9.4.4	<i>Evaluasi Risiko</i>	230
9.4.5	<i>Selera (Appetite) Risiko</i>	233
9.4.6	<i>Penanganan (Treatment) Risiko</i>	234
9.4.7	<i>Komunikasi dan Konsultasi</i>	238
9.4.8	<i>Pemantauan dan Pengkajian</i>	238
9.4.9	<i>Pencatatan dan Pelaporan</i>	238
9.5	Proyeksi Manajemen Risiko Cost	238

9.5.1	<i>Asumsi Manajemen Risiko</i>	238
9.5.2	<i>Perencanaan Biaya Manajemen Risiko</i>	239
DAFTAR PUSTAKA	240
LAMPIRAN	241
1.	List Toko Bangunan	241
2.	Draft Pertanyaan Kepada Penjual	265
3.	Jawaban Dari Penjual	267
4.	Draft Pertanyaan Kepada Pembeli	270
5.	Jawaban Dari Pembeli	272
6.	Lampiran Pemeriksaan Plagiarism.....	274