

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
RINGKASAN EKSEKUTIF	vi
EXECUTIVE SUMMARY	xiii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL	xxv
DAFTAR GAMBAR.....	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.2.1. <i>Jobs to be done</i>	6
1.2.2. <i>Customer Pain</i>	7
1.2.3. <i>Customer gain</i>	8
1.3. Business Solution	8
1.3.1. <i>Pain Reliever</i>	8
1.3.2. <i>Gain Creator</i>	8
1.3.3. <i>Product / services</i>	9
1.4. Visi dan Misi.....	13
1.4.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	13
1.4.2. Profil Perusahaan	13
1.4.3. Logo Perusahaan	14
1.4.4. <i>Tagline</i> Perusahaan	14
BAB II ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL	15
2.1. Kerangka Kerja	15
2.2. Kekuatan Kompetitif	15
2.2.1. Ancaman Pendetang baru.....	17
2.2.2. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	18
2.2.3. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen.....	20

2.2.4. Ancaman Produk Pengganti (DHL, JNE, Shipper).....	21
2.2.5. Ancaman Pesaing Sejenis (Waresix, Logisly, Teralogistik).....	21
2.3. Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi)	23
2.3.1. Analisa Politik (<i>Politic Forces</i>)	24
2.3.2. Analisa Ekonomi (<i>Economic Forces</i>).....	27
2.3.3. Analisa Sosial.....	31
2.3.4. Analisa Teknologi.....	31
2.4. Analisa Ancaman dan Peluang (EFE).....	34
BAB III ANALISIS FAKTOR INTERNAL	36
3.1. Kerangka kerja	36
3.2 <i>Analysis of demand</i>	37
3.2.1. Tampilan UI/UX (C1).....	37
3.2.2. Harga Produk (C2).....	38
3.2.3. <i>Excellent Service</i> (C3).....	39
3.2.4. Keamanan Data (C4).....	40
3.2.5. Variasi Fitur (C5).....	41
3.2.6. <i>Easy Access</i> (C6).....	41
3.2.7. Kemudahan Pemesanan (C7).....	42
3.3. <i>Analysis of competition</i>	42
3.3.1. Teknologi (R1).....	42
3.3.2. <i>Human Resources</i> (Tenaga Ahli IT) (R2).....	43
3.3.3. <i>Networking / Kemitraan</i> (C8).....	44
3.3.4. <i>Capital</i> (R3)	44
3.3.5. <i>Reputasi Brand</i> (R4)	45
3.3.6. Marketing dan Sales (C9)	46
3.4 Penilaian <i>Resource dan Capability</i>	47
3.5 <i>Competitive Advantage</i>	51
3.6 <i>Strength - Weakness (IFE)</i>	52
BAB IV RENCANA STRATEGI	53
4.1. Framework	53
4.2. Establish long-term objectives	53
4.2.1 Tujuan Jangka Pendek.....	53
4.2.2 Tujuan Jangka Menengah	54

4.2.3 Tujuan Jangka Panjang	55
4.3. The Input Stage	57
4.3.1. EFE (External Factor Evaluation) Matrix	57
4.3.2. IFE (Internal Factor Evaluation) Matrix	58
4.3.3. CPM (Competitive Profile Matrix)	59
4.4. The Matching Stage	61
4.4.1. SWOT MATRIX.....	61
4.5. The Decision Stage	64
4.5.1. QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	64
4.6. Business Level Strategy (Porter's Generic Strategic).....	68
4.7. Lean Business Canvas Model.....	71
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN	72
5.1. Kerangka Kerja	72
5.2. Tujuan dan Sasaran Pemasaran	72
5.3. Segmenting, Targeting, Positioning	74
5.3.1 Segmenting.....	74
5.3.2 Targeting	76
5.3.3 Positioning	77
5.4. Marketing Mix	78
5.4.1 Strategy Marketing NICE	78
5.5. Sales.....	80
5.5.1 Sales Team	82
5.5.2 Anggaran Pemasaran.....	83
5.6. Proyeksi Revenue Steam	84
5.6.1 Sales Asumsi	84
5.6.2 Perencanaan Pendapatan	86
BAB VI PERENCANAAN OPERASIONAL	87
6.1 Tahapan Pendirian Bisnis/Usaha	87
6.1.1 Perizinan	88
6.1.2 Lahan dan Bangunan.....	88
6.2 Tujuan dan Sasaran Operasional.....	88
6.2.1 Tujuan Operasional	88
6.2.2 Sasaran Operasional	89
6.3 Desain Operasi	92

6.3.1 Desain Produk dan Proses	92
6.3.2 Layout dan Aliran Jasa.....	100
6.3.3 Teknologi Proses.....	103
6.4 Penghantaran Operasi.....	107
6.4.1 Manajemen Rantai Pasok.....	107
6.4.2 Manajemen Kualitas.....	109
6.5 Proyeksi Operational Cost	110
6.5.1 Asumsi Operasional	110
6.5.2 Anggaran Biaya Operasional	110
BAB VII PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)	113
7.1 Tujuan dan Sasaran Human Capital	113
7.2 Budaya Perusahaan	118
7.2.1 Artefak	118
7.2.2 Nilai Perusahaan	120
7.3 Struktur Organisasi	122
7.3.1 Deskripsi Pekerjaan	123
7.4 Perencanaan Sumber Daya Manusia	130
7.4.1 Rekrutmen.....	130
7.4.2 Pelatihan dan Pengembangan.....	131
7.4.3 Sistem Kompensasi.....	132
7.4.4 Absensi Karyawan dan Waktu Kerja.....	133
7.4.5 Evaluasi Pekerjaan	135
7.4.6 Pemutusan Hubungan Kerja.....	138
7.5 Proyeksi HC Cost.....	138
7.5.1 Skenario Perencanaan HC.....	138
7.5.2 Anggaran Biaya Perencanaan HC.....	138
BAB VIII FINANCIAL PLAN.....	140
8.1 Tujuan dan Sasaran Keuangan	141
8.1.1 Tujuan Keuangan	141
8.2 Elemen Perencanaan Keuangan.....	143
8.2.1 Perencanaan Pendapatan	144
8.2.2 Perencanaan Biaya Terkait.....	145
8.2.3 Perencanaan Investasi	150
8.2.4 Perencanaan Kebutuhan Modal	151

8.2.5 Perencanaan Pembiayaan	151
8.3 Proyeksi Keuangan	152
8.3.1 Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	152
8.3.2 Proyeksi Neraca Keuangan	153
8.3.3 Proyeksi Laporan Arus Kas	154
8.4 Analisa Kelayakan Investasi	155
8.4.1 Return on Investment (ROI)	155
8.4.2 Net Present Value.....	156
8.4.3 Payback Period (PP).....	157
8.4.5 Internal Rate of Return (IRR)	157
8.5 Analisa Kinerja Keuangan.....	158
8.5.1 Rasio Likuiditas	158
8.5.2 Rasio <i>Solvabilitas</i>	159
8.5.3 Rasio Profitabilitas	159
BAB IX MANAJEMEN RISIKO	161
9.1 Tujuan dan Sasaran	161
9.2 Prinsip Manajemen Risiko.....	162
9.3 Kerangka Manajemen Risiko	164
9.3.1 Kepemimpinan dan Komitmen	165
9.3.2 Integrasi.....	166
9.3.3 Perancangan Kerangka Kerja.....	166
9.3.4 Implementasi.....	166
9.3.5 Evaluasi.....	166
9.3.6 Perbaikan.....	166
9.4 Proses Manajemen Risiko	166
9.4.1 Scope, Context and Criteria	167
9.4.2 Risk Assesement.....	169
9.4.3 Komunikasi dan Konsultasi	180
9.4.4 Pemantauan dan Pengkajian	180
9.4.5 Pencatatan dan Pelaporan	180
9.4.6 Proyeksi Manajemen Risiko Cost	180
DAFTAR PUSTAKA	182
DAFTAR LAMPIRAN	185

Lampiran Bab I.....	185
Lampiran Bab II.....	191
Lampiran Bab III.....	200
Lampiran Bab IV.....	204
Lampiran Bab V.....	206
Lampiran Bab VI.....	228
Lampiran Bab VII.....	246
Lampiran Bab VIII.....	253
Lampiran Bab IX.....	253
Lampiran Pemeriksaan Plagiarism (Turnitin).....	270

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rentang Nilai Porter’s Five Forces Sumber : (David, 2011).....	16
Tabel 2. 2 Provider Produk Cloud	19
Tabel 2. 3 Total nilai analisa Porter’s Five Forces.....	22
Tabel 2. 4 Opportunity dan Threat Faktor Politik.....	27
Tabel 2. 5 Opportunity dan Threat Faktor Ekonomi.....	30
Tabel 2. 6 Opportunity dan Threat Faktor Sosial.....	31
Tabel 2. 7 Opportunity dan Threat Faktor Teknologi. (Sumber: Tim penulis, 2023).....	33
Tabel 2. 8 <i>Opportunity – Threats</i> (Sumber: Tim penulis, 2023)	34
Tabel 3. 1 <i>Key success Factor</i> UI/UX User Friendly	38
Tabel 3. 2 Pricing Plan Warelogi	38
Tabel 3. 3 <i>Key success Factor</i> Harga Produk	39
Tabel 3. 4 <i>Key success Factor Excellent Service</i>	40
Tabel 3. 5 <i>Key Success Factor</i> Keamanan Data	40
Tabel 3. 6 <i>Key Success Factor</i> Variasi Fitur.....	41
Tabel 3. 7 <i>Key Success Factor Easy Access</i>	42
Tabel 3. 8 <i>Key Success Factor</i> Kemudahan Pemesanan.....	42
Tabel 3. 9 <i>Key Success Factor</i> Teknologi.....	43
Tabel 3. 10 <i>Key Success Factor</i> Tenaga Ahli IT	44
Tabel 3. 11 <i>Key Success Factor Networking</i>	44
Tabel 3. 12 <i>Key Success Factor Capital</i>	45
Tabel 3. 13 <i>Key Success Factor</i> Reputasi Brand	45
Tabel 3. 14 <i>Key Success Factor</i> Marketing dan sales.....	47
Tabel 3. 15 Tabel Penilaian <i>Resources and Capabilities</i>	47
Tabel 3. 16 Analisa VRIO	51
Tabel 3. 17 Strength – Weakness (Sumber: Tim penulis, 2023)	52
Tabel 4. 1 Tujuan Jangka Pendek Warelogi	54
Tabel 4. 2 Tujuan Jangka Menengah Warelogi	54
Tabel 4. 3 Tujuan Jangka Panjang Warelogi	55
Tabel 4. 4 EFE Matrix	57
Tabel 4. 5 IFE Matrix.....	59
Tabel 4. 6 CPM Matrix	60
Tabel 4. 7 SWOT Matrix	62
Tabel 4. 8 QSPM.....	65
Tabel 4. 9 <i>Business Level Strategy</i> Warelogi.....	68
Tabel 4. 10 Lean Business Canvas Model (Sumber: Tim Penulis, 2023).....	71
Tabel 5. 1 Tujuan & Sasaran Pemasaran Warelogi.....	72
Tabel 5. 2 Segmenting	75
Tabel 5. 3 Targeting.....	76
Tabel 5. 4 Perbandingan Harga Warelogi Vs Kompetitor	78
Tabel 5. 5 Objective Marketing & Sales Program	82
Tabel 5. 6 Anggaran Biaya Pemasaran (<i>Marketing and Sales Expenses</i>).....	83
Tabel 5. 7 Paket Layanan Vendor Warelogi	84

Tabel 5. 8 Paket Layanan User Warelogi	85
Tabel 5. 9 Layanan SEO Content & Optimization	86
Tabel 5. 10 Perencanaan Pendapatan Warelogi	86
Tabel 6. 1 Tujuan Operasional Warelogi	89
Tabel 6. 2 Tujuan & Sasaran Operasional Warelogi.....	90
Tabel 6. 3 Asumsi Operasional	110
Tabel 6. 4 Biaya Praoperasi	111
Tabel 6. 5 Biaya Asset (CAPEX).....	111
Tabel 6. 6 Biaya Operasional (OPEX).....	112
Tabel 7. 1 Tujuan Human Capital PT Warelogi	114
Tabel 7. 2 Tabel Sasaran Human Capital PT Warelogi	115
Tabel 7. 3 Pengembangan skill pegawai.....	117
Tabel 7. 4 Nilai Perusahaan	120
Tabel 7. 5 Assumption SDM	121
Tabel 7. 6 Deskripsi Pekerjaan	123
Tabel 7. 7 Jadwal Shift.....	134
Tabel 7. 8 Penilaian Karyawan	136
Tabel 7. 9 Penilaian Karyawan	137
Tabel 7. 10 Anggaran Biaya Perencanaan	139
Tabel 8. 1 Tujuan dan Sasaran Keuangan Warelogi.....	141
Tabel 8.2 Perencanaan pendapatan	145
Tabel 8. 3 Perencanaan Biaya Terkait Financial Plan.....	145
Tabel 8. 4 Perencanaan Biaya Terkait Financial Plan.....	146
Tabel 8. 5 Biaya Operasional.....	147
Tabel 8. 6 Biaya SDM	148
Tabel 8. 7 Biaya Manajemen Resiko	148
Tabel 8. 8 Biaya Penyusutan PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia	150
Tabel 8. 9 Perencanaan Investasi	151
Tabel 8. 10 Perencanaan Kebutuhan Modal PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia	151
Tabel 8. 11 Struktur Modal PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia	152
Tabel 8. 12 Proyeksi Laporan Laba Rugi	152
Tabel 8. 13 Proyeksi Neraca Keuangan.....	154
Tabel 8. 14 Proyeksi Laporan Arus Kas PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia	154
Tabel 8. 15 Return on Investment Warelogi	156
Tabel 8. 16 Perhitungan PP, NPV dan IRR Warelogi.....	156
Tabel 8. 17 Rasio Likuiditas	158
Tabel 8. 18 Rasio <i>Solvabilitas</i>	159
Tabel 8. 19 Rasio <i>Profitabilitas</i>	160
Tabel 9. 1 Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko.....	161
Tabel 9. 2 Jenis Risiko Warelogi	168
Tabel 9. 3 <i>Risk Probability Criteria</i>	168
Tabel 9. 4 Identifikasi Risiko.....	169
Tabel 9. 5 Analisis Risiko.....	172

Tabel 9. 6 Matriks Evaluasi Risiko (Sebelum Treatment).....	175
Tabel 9. 7 Matriks Tingkat Risiko	176
Tabel 9. 8 Evaluasi Risiko	176
Tabel 9. 9 Matriks Evaluasi Risiko (Setelah <i>Treatment</i>)	178
Tabel 9. 10 Risk Treatment Warelogi.....	179
Tabel 9. 11 Biaya Manajemen Risiko.....	180

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Logistics Landscape in Indonesia AC Ventures research</i>	1
Gambar 1. 2 <i>Supply & demand</i> pergudangan di Indonesia & greater jakarta.....	2
Gambar 1. 3 Proyeksi <i>supply</i> pergudangan di Indonesia & <i>greater jakarta</i>	3
Gambar 1. 4 Tingkat Okupansi Industri terhadap jumlah <i>Supply Gudang</i> di Indonesia & <i>greater jakarta</i>	3
Gambar 1. 5 Forecast Revenue Pasar Logistik di Indonesia.....	4
Gambar 1. 6 Proyeksi Pertumbuhan Penetrasi Internet di Indonesia (2015-2025).....	5
Gambar 1. 7 <i>Landscape startup warehouse</i> dan logistik	6
Gambar 1. 8 Value Proposition Canvas	2
Gambar 1. 9 Logo PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia (Warelogi).....	14
Gambar 2. 1 Kerangka Kerja Analisa Faktor Eksternal.....	15
Gambar 2. 2 Model Porter's Five Force	15
Gambar 2. 3 Diagram Porter's Five Forces	23
Gambar 2. 4 Analisa PEST	23
Gambar 2. 5 Layanan 5G (Sumber Kominfo).....	24
Gambar 2. 6 Supply dan demand pergudangan	25
Gambar 2. 7 Logistik performance index Asia	26
Gambar 2. 8 Logistik performance index	26
Gambar 2. 9 Pertumbuhan ekonomi Indonesia	28
Gambar 2. 10 Tingkat okupansi pergudangan greater Jakarta.....	29
Gambar 2. 11 Proyeksi pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia termasuk e-commerce (Sumber: Google).....	30
Gambar 2. 12 Cloud computing.....	32
Gambar 2. 13 Kasus kejahatan siber dan kerentanan keamanan yang dialami (Sumber: APJII 2023).....	33
Gambar 3.1 <i>Framework</i> Analisa Faktor Internal	36
Gambar 3.2 <i>Analisa Resources</i>	36
Gambar 3. 3 <i>Hypothetical Key Strengths and Key Weakness</i>	51
Gambar 5. 1 Framework Rencana Pemasaran	72
Gambar 6. 1 Framework Perencanaan Operasional.....	87
Gambar 6. 2 Framework Warelogi	92
Gambar 6. 3 Alur proses dari sisi pengguna	93
Gambar 6. 4 Alur proses dari sisi mitra	93
Gambar 6. 5 Alur proses <i>complaint handling</i>	94
Gambar 6. 6 Alur proses transaksi keuangan.....	95
Gambar 6. 7 Halaman Home dan Fitur Pencarian Warehouse	97
Gambar 6. 8 Proses Pembuatan Software Metode Agile	98
Gambar 6. 9 Layout tampilan mobile site.....	101
Gambar 6. 10 Layout tampilan website	102
Gambar 6. 11 Layout Kantor Warelogi	103
Gambar 6. 12 Arsitektur Teknologi Sistem Warelogi	104
Gambar 7. 1 Logo PT Warehouse Logistik Teknologi Indonesia (Warelogi).....	118
Gambar 7. 2 Ilustrasi Kantor.....	119

Gambar 7. 3 Seragam Warelogi.....	120
Gambar 7. 4 Struktur Organisasi PT Warelogi	123
Gambar 7. 5 Langkah-langkah rekrutmen	130
Gambar 7. 6 Pelatihan.....	131
Gambar 7. 7 Work Evaluation System.....	136
Gambar 8. 1 <i>Framework Financial Plan</i>	140
Gambar 9. 1 Framework Perencanaan Risiko.....	161
Gambar 9. 2 Prinsip Manajemen Risiko	163
Gambar 9. 3 Kerangka Manajemen Risiko.....	165
Gambar 9. 4 Struktur Organisasi Manajemen Risiko PT. Warelogi.....	165
Gambar 9. 5 Proses Manajemen Risiko.....	167