

## KATA PENGANTAR

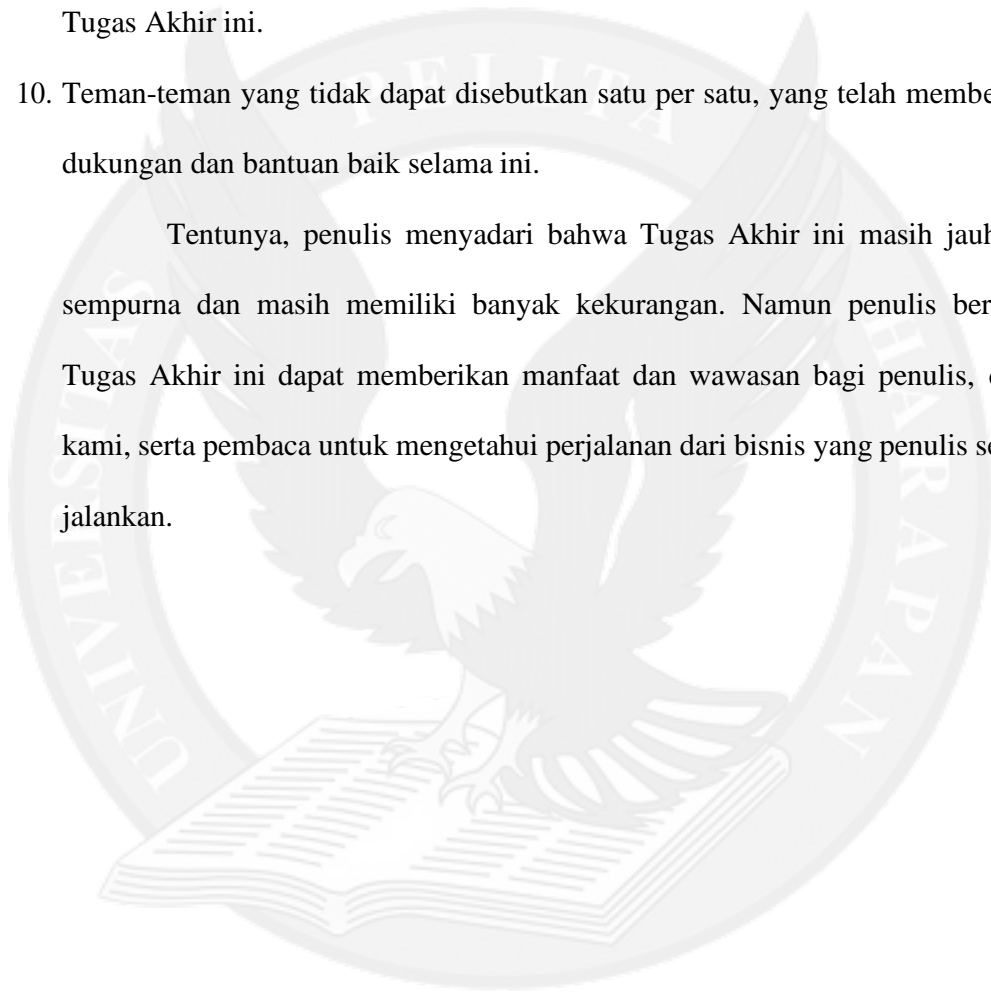
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan berkat-Nya, sehingga penulisan Tugas Akhir “**RENCANA STRATEGI BISNIS CNS CANTEEN**” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan.

Penulis memahami tanpa bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, maka Tugas Akhir ini tidak akan terlaksana. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Isana S.C. Merangga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Radityo Fajar Arianto, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan *Entrepreneur* Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.
4. Bapak Jacob D. Tan, B.B.A., M.B.A., selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan untuk membimbing, memberikan pengetahuan, dan masukkan, serta mendukung dan menjawab pertanyaan penulis.
5. Seluruh dosen yang telah mengajar Penulis selama masa studi penulis di Universitas Pelita Harapan, atas pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis.
6. Seluruh staf Tata Usaha dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang ikut berkontribusi dalam memberikan ilmu, saran, dan bantuan kepada penulis.
7. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

8. Clavens Enrico, sebagai salah satu pendiri dari bisnis CNS Canteen dan yang selalu memberikan doa, semangat, serta bantuan selama penulisan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh pihak yang berkontribusi dalam mengisi kuesioner guna melengkapi data Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik selama ini.

Tentunya, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Namun penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis, dosen kami, serta pembaca untuk mengetahui perjalanan dari bisnis yang penulis sedang jalankan.

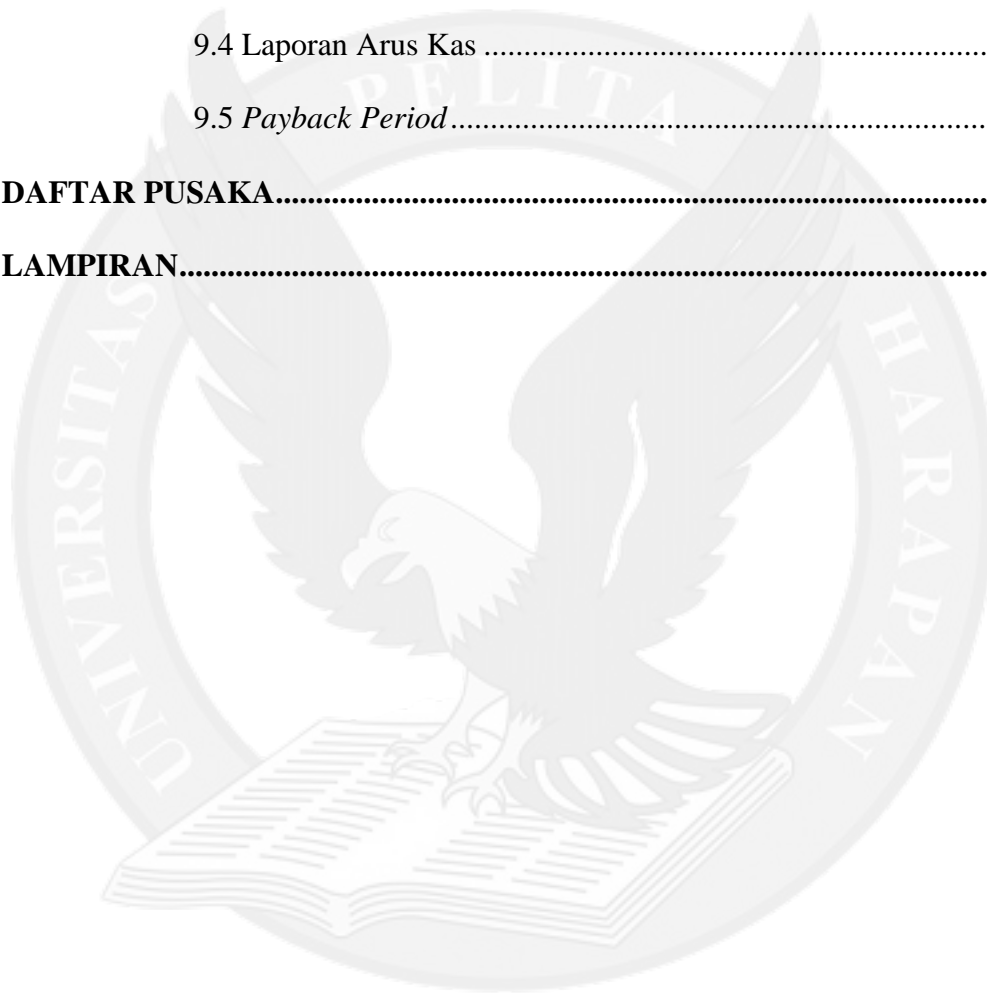


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Visi, Misi ,dan Strategi Objektif Perusahaan .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Key Initiatives to Reach Strategic Objectives.....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Peta Strategi .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Analisis SWOT (IFE EFE) .....</b>	<b>3</b>
<b>1.6 <i>Business Model Canvas</i> dan <i>Porter's Five Forces</i> .....</b>	<b>4</b>
<b>1.7 Analisis Pesaing .....</b>	<b>4</b>
<b>1.8 <i>Strategic Roadmap</i>.....</b>	<b>5</b>
<b>1.9 Dashboard .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II VISI, MISI, DAN STRATEGI OBJEKTIF PERUSAHAAN...7</b>	
<b>2.1 Visi CNS Canteen .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Misi CNS Canteen.....</b>	<b>7</b>

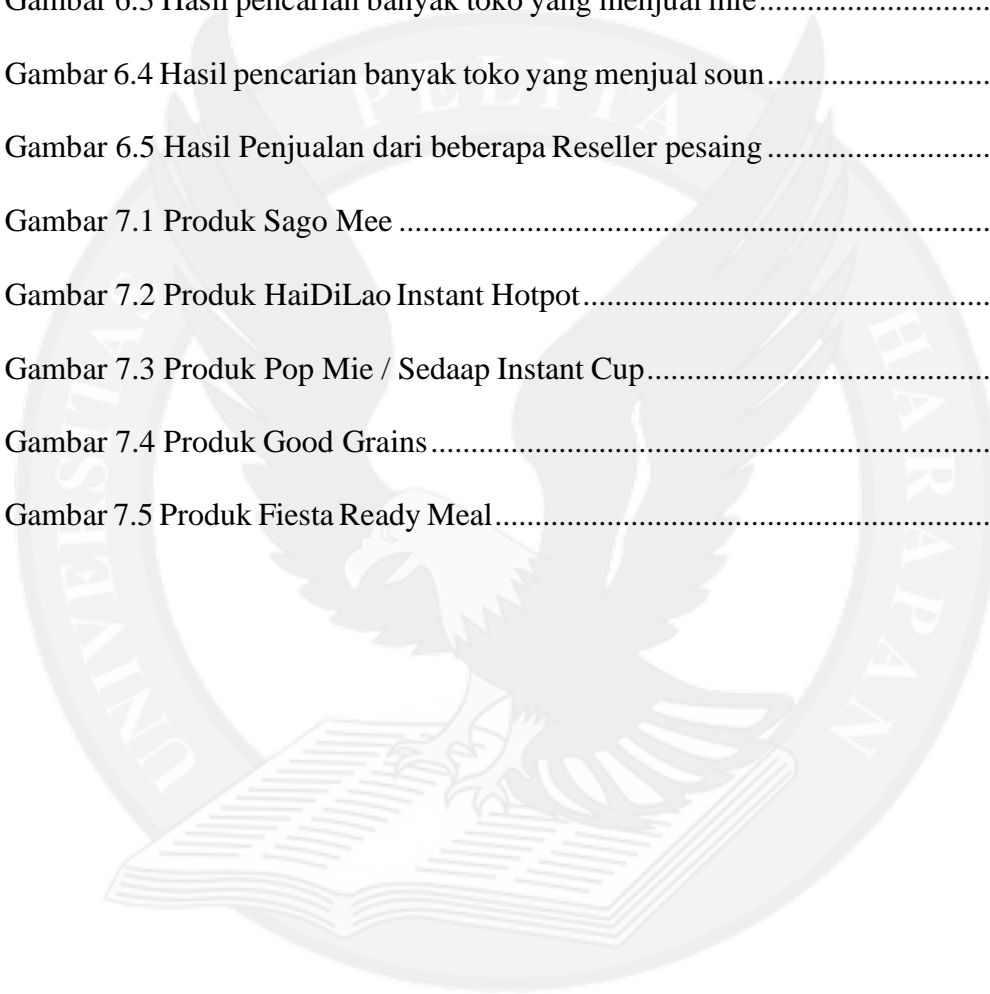
	2.3 Strategi Objektif .....	8
<b>BAB III</b>	<b><i>KEY INITIATIVES TO REACH STRATEGIC OBJECTIVES.</i></b>	<b>10</b>
	3.1 <i>Research and Development (R&amp;D) Variasi Menu</i> .....	10
	3.2 Kemitraan dari CNS Canteen.....	10
	3.3 Memaksimalkan Kegiatan Pemasaran.....	11
<b>BAB IV</b>	<b>PETA STRATEGI</b> .....	<b>14</b>
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS SWOT (IFE dan EFE)</b> .....	<b>15</b>
	5.1 SWOT Matriks .....	15
	5.1.1 <i>Strengths</i> .....	16
	5.1.2 <i>Weakenesses</i> .....	17
	5.1.3 <i>Opportunities</i> .....	18
	5.1.4 <i>Threats</i> .....	19
	5.2 Analisis IFE dan EFE.....	20
<b>BAB VI</b>	<b><i>BUSINESS MODEL CANVAS dan PORTER'S FIVE FORCES.</i></b>	<b>23</b>
	6.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	23
	6.2 <i>Porter's Five Forces</i> .....	26
	6.2.1 <i>Threat Of New Entrants</i> .....	26
	6.2.2 <i>Threat Of Substitutes</i> .....	27
	6.2.3 <i>Rivalry Among Existing Firms</i> .....	28
	6.2.4 <i>Bargaining Power of Suppliers</i> .....	30
	6.2.5 <i>Bargaining Power of Customers</i> .....	32
<b>BAB VII</b>	<b>ANALISIS PESAING</b> .....	<b>34</b>

<b>BAB VIII</b>	<b>STRATEGIC ROADMAP .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB IX</b>	<b>DASHBOARD KINERJA UNTUK MEMANTAU DAN MENGELOLA KEMAJUAN .....</b>	<b>40</b>
	9.1 <i>Dashboard</i> .....	40
	9.2 <i>Kebutuhan Dana</i> .....	42
	9.3 <i>Proyeksi Penjualan</i> .....	43
	9.4 <i>Laporan Arus Kas</i> .....	46
	9.5 <i>Payback Period</i> .....	47
	<b>DAFTAR PUSAKA.....</b>	<b>xiii</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan CNS Canteen.....	7
Gambar 2.2 Visualisasi produk <i>Pop Meals</i> .....	9
Gambar 6.2 Hasil pencarian banyak toko yang menjual toples.....	30
Gambar 6.3 Hasil pencarian banyak toko yang menjual mie.....	31
Gambar 6.4 Hasil pencarian banyak toko yang menjual soun.....	31
Gambar 6.5 Hasil Penjualan dari beberapa Reseller pesaing .....	33
Gambar 7.1 Produk Sago Mee .....	37
Gambar 7.2 Produk HaiDiLao Instant Hotpot.....	38
Gambar 7.3 Produk Pop Mie / Sedaap Instant Cup.....	38
Gambar 7.4 Produk Good Grains .....	38
Gambar 7.5 Produk Fiesta Ready Meal.....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Tabel SWOT Matriks .....	15
Tabel 5.2 Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal .....	20
Tabel 5.3 IFE EFE Matriks .....	21
Tabel 6.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	24
Tabel 6.2 Nama-Nama <i>Brand</i> Pesaing CNS Canteen .....	29
Tabel 7.1 Nama dan Harga Kompetitor .....	34
Tabel 7.2 <i>Positioning Map</i> pada Analisa Pesaing.....	35
Tabel 8.1 <i>Strategic Roadmap Pop Meals</i> (November 2020 - Desember 2021)...	39
Tabel 9.1 Total Penjualan <i>Pop Meals</i> periode Januari–Desember 2021.....	44
Tabel 9.2 Grafik Proyeksi Penjualan <i>Pop Meals</i> Januari – Desember 2021 .....	44
Tabel 9.3 Tabel Proyeksi Penjualan dan Pendapatan <i>Pop Meals Januari- Desember 2021</i> .....	45
Tabel 9.4 <i>Fixed Cost dan Variable Cost Pop Meals</i> .....	45