

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kesempatan yang telah diberikan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Tugas Akhir ini berjudul “Rencana Bisnis Remah-Rempah (*Strategic Plan*)” ini ditujukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu, Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Ucapan terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Bapak Zoel Hutabarat, S.I.P, M.B.A., selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak ilmu, ide, dan kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk penelitian skripsi. Dukungan moral dan materiil juga banyak di dapatkan dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugasakhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu, segala ucapan syukur dan terima kasih kepada yang telah memberikan bantuan secara rohani maupun secara jasmani khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas bantuan-Nya penulis tidak akan sanggup untuk menyelesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc.,selaku Rektor Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis.
4. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Menejemen.
5. Bapak Zoel Hutabarat, S.I.P, M.B.A., selaku dosenpembimbing yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing pembuatan tugas akhir ini sampai terselesaikan dengan baik.

6. Semua dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
8. Staf Karyawan Perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
9. Keluarga yang telah berkorban untuk menyediakan yang terbaik dan senantiasa mendukung proses pembuatan tugas akhir ini sehingga bisa terselesaikan.
10. Jason Harianto yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat untuk penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk kita semua.



Solo, 4 Mei 2021

Enrico Fernanda Ong

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Strategis	2
1.3 Inisiatif Utama untuk Mencapai Tujuan Strategis	3
1.4 Peta Strategis	4
1.5 Analisis SWOT <i>Matrix</i>	5
1.6 <i>Business Model Canvas</i>	5
1.7 Analisis Kompetitor	6
1.8 Peta Jalan Strategis	6
1.9 <i>Dashboard</i> Strategis	7
BAB II	8
2.1 Visi dan Misi	8
2.1.1 <i>Visi</i>	9
2.1.2 <i>Misi</i>	9
2.2 Sejarah Perusahaan.....	10
2.3 Logo dan <i>Tag Line</i> Perusahaan	11
2.4 Produk dan Jasa	12
2.5 Sumber Pembiayaan	12
2.6 Kepimilikan Perusahaan	13
2.7 Tujuan Strategis.....	13
BAB III	15
3.1 Analisis PESTEL.....	15
3.1.1 <i>Political (Politik)</i>	15
3.1.2 <i>Economy (Ekonomi)</i>	18
3.1.3 <i>Social (Sosial)</i>	23
3.1.4 <i>Technology (Teknologi)</i>	26
3.1.5 <i>Environment (Lingkungan)</i>	28
3.1.6 <i>Legal (Hukum)</i>	29

3.2	<i>Porter's Five Forces (Lima Kekuatan Perusahaan)</i>	31
3.2.1	<i>Threat of New Entrant (High)</i>	31
3.2.2	<i>Bargaining Power of Suppliers (Low)</i>	34
3.2.3	<i>Bargaining Power of Buyers (High)</i>	35
3.2.4	<i>Threat of Substitutes (Low)</i>	36
3.2.5	<i>Rivalry among of existing Firms (High)</i>	37
3.3	Tujuan Strategis	39
3.3.1	<i>Meningkatkan Keuntungan atau Laba Remah-Rempah</i>	39
3.3.2	<i>Meningkatkan Penjualan Remah-Rempah</i>	40
3.3.3	<i>Pengurangan Biaya Remah-Rempah</i>	41
3.3.4	<i>Memberikan pengalaman baru kepada konsumen</i>	42
3.3.5	<i>Melakukan Research & Development Produk</i>	43
3.3.6	<i>Menarik Pangsa Pasar yang lebih besar</i>	43
3.3.7	<i>Memberikan Training kepada Staff</i>	43
3.3.8	<i>Pemilik Mengikuti Seminar Entrepreneur untuk meningkatkan kualitas penjualan</i>	44
BAB IV		45
4.1	Pendahuluan	45
4.2	Penjelasan Pada Gambar <i>Strategy Map</i>	46
BAB V		49
5.1	Pendahuluan	49
5.2	Analisis SWOT Remah-Rempah	49
5.2.1	<i>Strengths</i>	49
5.2.2	<i>Weaknesses</i>	49
5.2.3	<i>Opportunities</i>	50
5.2.4	<i>Threats</i>	50
BAB VI		57
6.1	<i>Business Model Canvas</i>	57
6.1.1	<i>Value Proposition</i>	57
6.1.2	<i>Costumer Relationship</i>	58
6.1.3	<i>Costumer Segments</i>	58
6.1.4	<i>Channels</i>	60
6.1.5	<i>Key Activities</i>	60
6.1.6	<i>Key Partners</i>	61
6.1.7	<i>Key Resources</i>	61
6.1.8	<i>Cost Structures</i>	62
6.1.9	<i>Revenue Streams</i>	62
BAB VII		63

7.1	Pesaing Langsung.....	63
7.2	Pesaing Tidak Langsung.....	65
7.3	Pesaing Masa Depan.....	65
BAB VIII.....		69
8.1	<i>Short-Term Plan</i>	69
8.2	<i>Long-Term Plan</i>	72
BAB IX.....		76
9.1	Aspek Finansial.....	76
9.2	Aspek Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	77
9.3	Aspek Sumber Daya Manusia (<i>Human Resources</i>).....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		81



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1. Matrix Competitive antar Kompetitor Remah-Rempah.....	39
Tabel 5.2.1. IFAS Matrix.....	51
Tabel 5.2.2. EFAS Matrix	52
Tabel 5.2.3. Grand Strategy Matrix	56
Tabel 6.1.1. Business Model Canvas.....	57



DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1.1. Pertumbuhan Ekonomi 10 tahun terakhir.....	19
Grafik 3.1.2. Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2020.....	20
Grafik 3.1.3. Data Inflasi Indonesia (%)......	22



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen - Usia	59
Diagram 6.1.2. Kuesioner Biodata Konsumen – Jenis Kelamin	59
Diagram 6.1.3. Kuesioner Biodata Konsumen – Pendidikan Terakhir	59
Diagram 6.1.4. Kuesioner Biodata Konsumen - Profesi	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1. Produk Remah-Rempah.....	8
Gambar 2.3.1. Logo Remah-Rempah.....	11
Gambar 3.2.1. Porter's Five Forces Diagram.....	31
Gambar 4.1.1. Strategy Map.....	46
Gambar 7.1.1. Competitive Map	64
Gambar 8.1.1. Peta Jalan Strategi.....	69

