

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karuniaNya sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan judul “**PERENCANAAN STRATEGI PONDOK UDANG**”. Tujuan *business plan* ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 didalam program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan. Penulis menyadari bahwa penulisan *business plan* ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, perkenankanlah peneliti untuk dapat menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materil, terutama kepada:

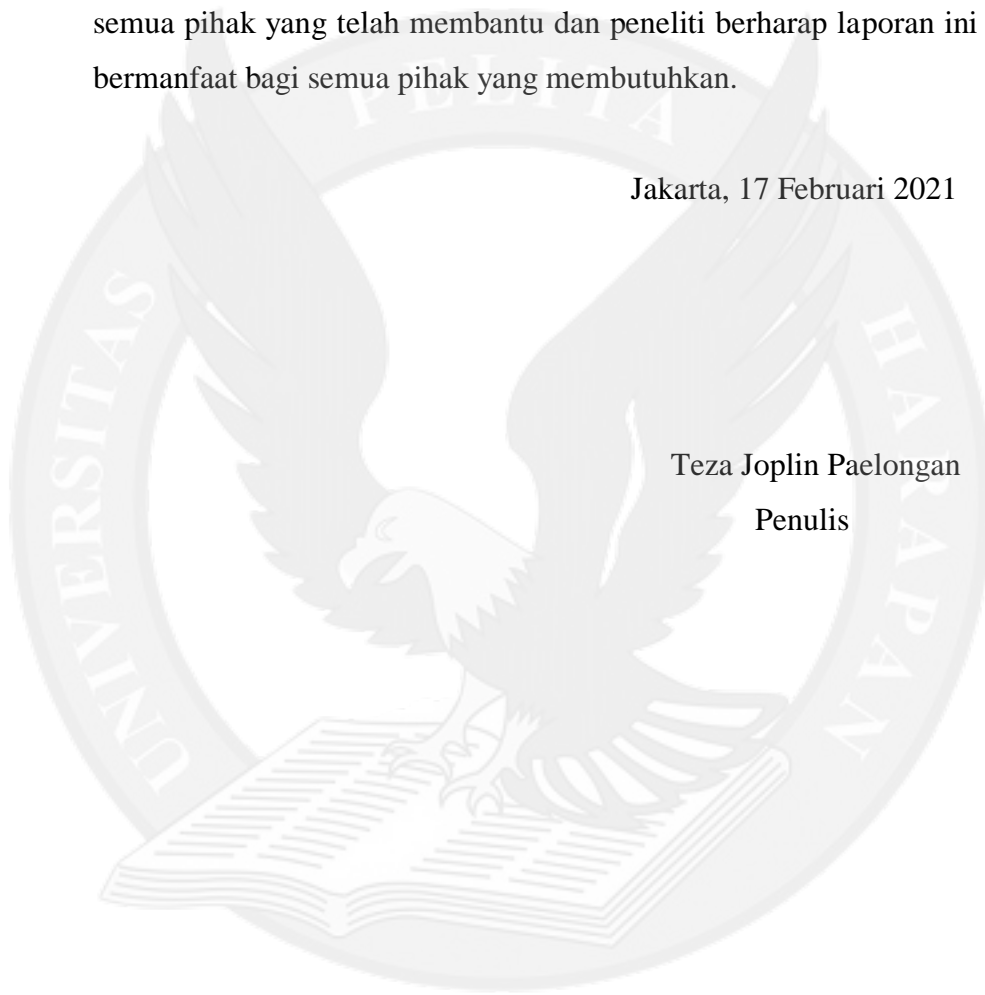
1. Bapak Jonathan Dr.(Hon) L. Parapak, M.Eng,sc., sebagai Rektor dari Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Gracia S.Ugut, MBA., Ph.D., sebagai Dekan dari Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Isana S.C Meranga S.P., M.M., sebagai Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Jacob Donald Tan, B.B.A., M.B.A., sebagai Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan banyak masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membimbing selama kegiatan perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Universitas Pelita Harapan yang sudah memberikan pendidikan dan pengajaran selama menempuh masa studi di UPH.
7. Seluruh staff dari Business School yang membantu proses administratif penulis selama menempuh masa studi di UPH.
8. Orang tua serta keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan dan mendukung selalu.
9. Kepada para sahabat dan teman-teman penulis yang telah bersedia menjadi tempat berbagi suka dan duka bagi penulis.

10. Kepada semua responden dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dan mendukung penulis.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah disusun masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 17 Februari 2021

Teza Joplin Paelongan
Penulis



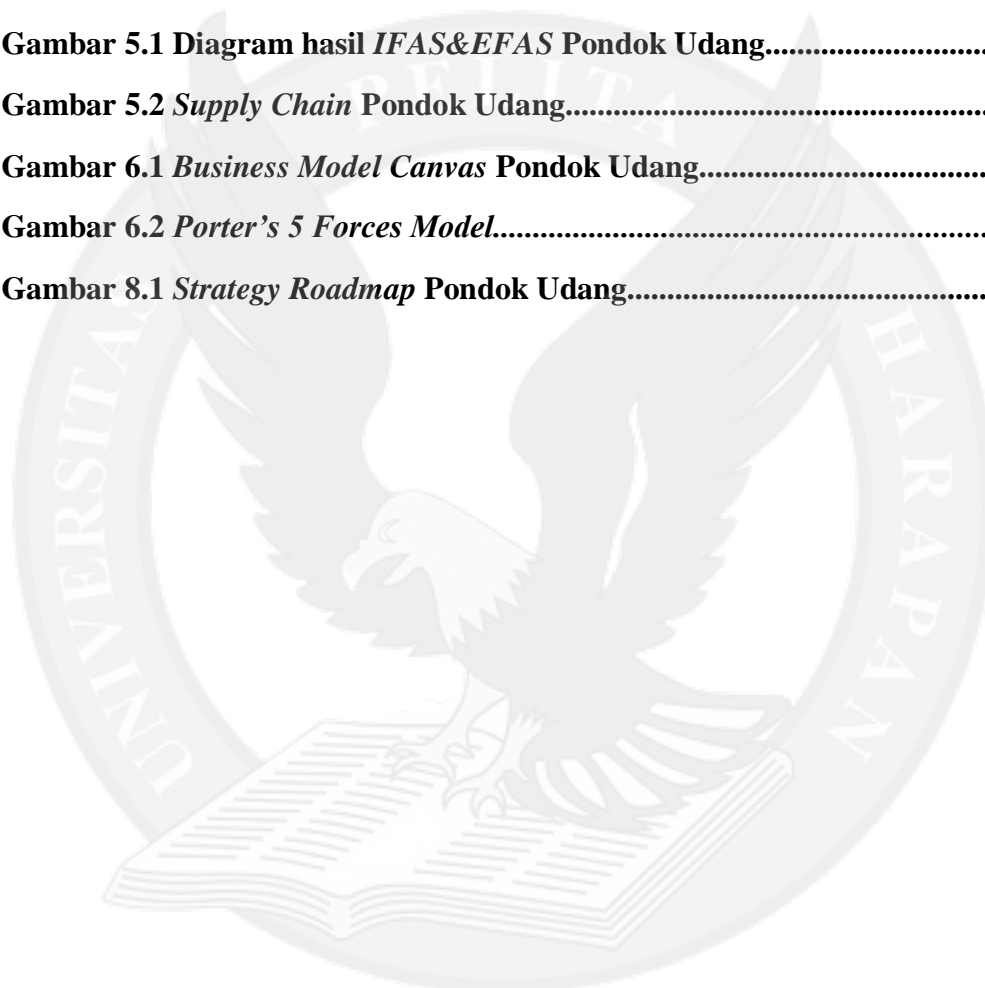
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	2
1.3 Analisis Industri	2
1.4 Analisis Pasar	3
1.5 Rencana Pemasaran.....	3
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	4
1.7 Perencanaan Operasional	4
1.8 Rencana Pengembangan Produk dan Jasa	4
1.9 Proyeksi Keuangan.....	5
BAB II.....	6
VISION, MISSION AND STRATEGIC OBJECTIVES.....	6
2.1 Pendahuluan	6
2.2 Sejarah Perusahaan.....	6
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	7
2.4 Logo dan Tagline Perusahaan	7
2.5 Produk dan Jasa.....	8
2.6 Status Masa Kini	8
2.7 Sumber Dana.....	8
2.8 Status Perusahaan.....	8
2.9 Profil Perusahaan	8
2.10 Tujuan Strategis dan <i>Golden Circle of Why</i> Pondok Udang	9
BAB III	12
Key Initiatives to reach Strategic Objectives	12
3.1 <i>Key Initiatives</i> dari Pondok Udang.....	12

BAB IV	15
STRATEGY MAP	15
BAB V	18
SWOT ANALYSIS	18
5.1 Analisis <i>SWOT</i> (<i>Strengths, Weaknessess, Opportunities, Threats</i>).....	18
5.1.1 Matriks <i>Strengths, Weaknessess, Opportunities, dan Threats</i> Pondok Udang .	19
5.2 <i>IFAS</i> (<i>Internal Factors analysis Summary</i>) & <i>EFAS</i> (<i>External Factors analysis Summary</i>) Pondok Udang.....	21
5.2.1 Penjelasan dan diagram hasil <i>IFAS</i> & <i>EFAS</i>	26
5.3 <i>Supply Chain</i> Pondok Udang	27
BAB VI	28
BUSINESS MODEL CANVAS AND PORTER 5 FORCES	28
6.1 <i>Business Model Canvas</i> Pondok Udang	28
6.2 Struktur Industri (<i>Porter's 5 Forces</i>).....	31
6.2.1 <i>Threat of Subtitutes</i> (<i>HIGH</i>).....	32
6.2.2 <i>Threats of New Entrants</i> (<i>HIGH</i>)	32
6.2.3 <i>Rivalry among Existing Firm</i> (<i>MEDIUM</i>).....	33
6.2.4 <i>Bargaining Power of Suppliers/Supplier's Power</i> (<i>LOW</i>)	33
6.2.5 <i>Bargaining Power of Buyers/Buyer's Power</i> (<i>MEDIUM</i>)	34
BAB VII	35
COMPETITOR ANALYSIS	35
7.1 <i>Competitor Analysis</i> Pondok Udang.....	35
BAB VIII	37
STRATEGIC ROADMAP	37
8.1 <i>Strategic Roadmap</i> Pondok Udang.....	37
8.1.1 Penjelasan mengenai strategi terhadap <i>People</i> dari Pondok Udang.....	37
8.1.2 Penjelasan mengenai <i>Strategy</i> Pondok Udang.....	37
8.1.3 Penjelasan mengenai <i>Sales and Marketing</i> Pondok Udang.....	38
8.1.4 Penjelasan mengenai <i>Product</i> Pondok Udang.....	39
BAB IX	41
DASHBOARD TO TRACK AND MANAGE THE PROGRESS	41
9.1 <i>Dashboard</i> Pondok Udang	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45

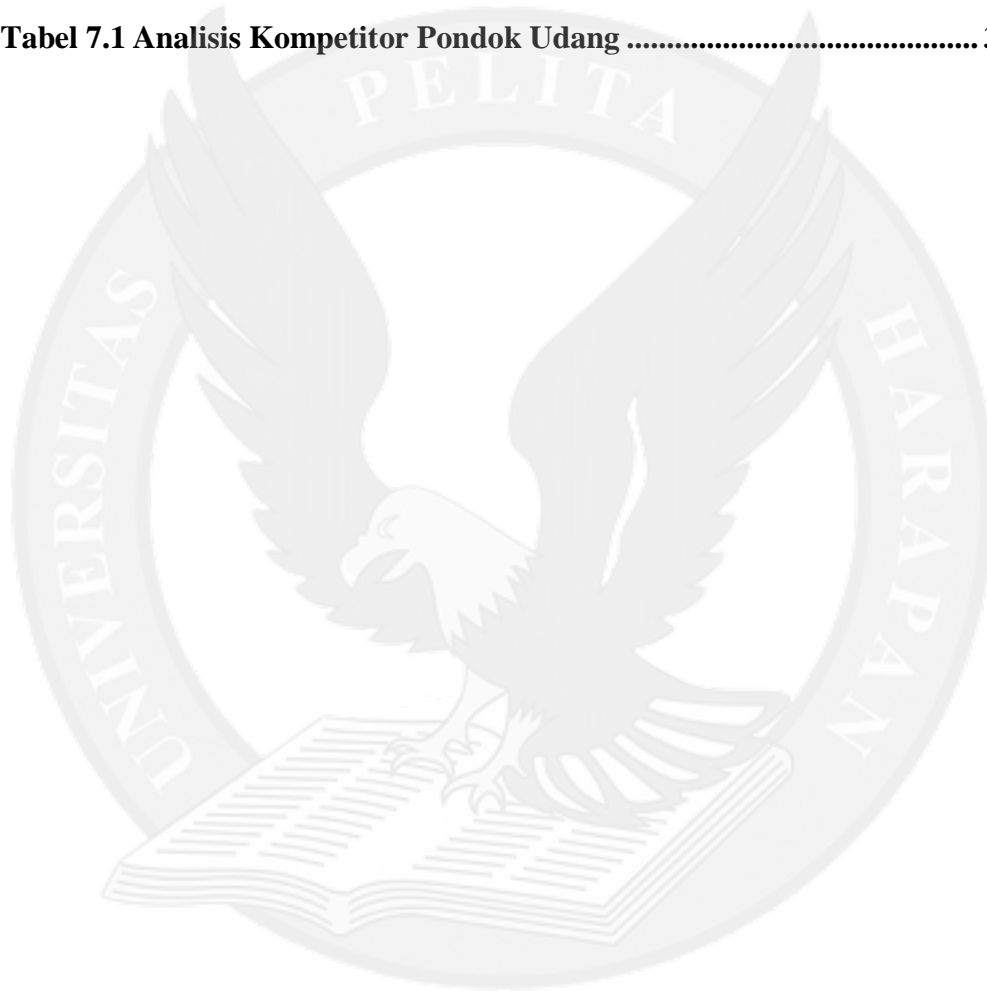
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Pondok Udang	7
Gambar 2.2 <i>Golden Circly of Why</i> Pondok Udang.....	10
Gambar 4.1 <i>Strategy Map</i> dari Pondok Udang.....	15
Gambar 5.1 Diagram hasil <i>IFAS&EFAS</i> Pondok Udang.....	26
Gambar 5.2 <i>Supply Chain</i> Pondok Udang.....	27
Gambar 6.1 <i>Business Model Canvas</i> Pondok Udang.....	28
Gambar 6.2 <i>Porter's 5 Forces Model</i>.....	32
Gambar 8.1 <i>Strategy Roadmap</i> Pondok Udang.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Key Initiatives</i> Pondok Udang.....	12
Tabel 5.1 <i>SWOT</i> Pondok Udang.....	20
Tabel 5.2 Analisis <i>IFAS</i> Pondok Udang.....	21
Tabel 5.3 Analisis <i>EFAS</i> Pondok Udang	23
Tabel 7.1 Analisis Kompetitor Pondok Udang	35



DAFTAR LAMPIRAN

Form Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	45
Proyeksi Penjualan Pondok Udang	46
Payback Period Pondok Udang	48
<i>Break Even Point</i> Pondok Udang	48
Laporan Laba Rugi Pondok Udang	50
Laporan Arus Kas Pondok Udang	52
Foto Produk Pondok Udang.....	54

