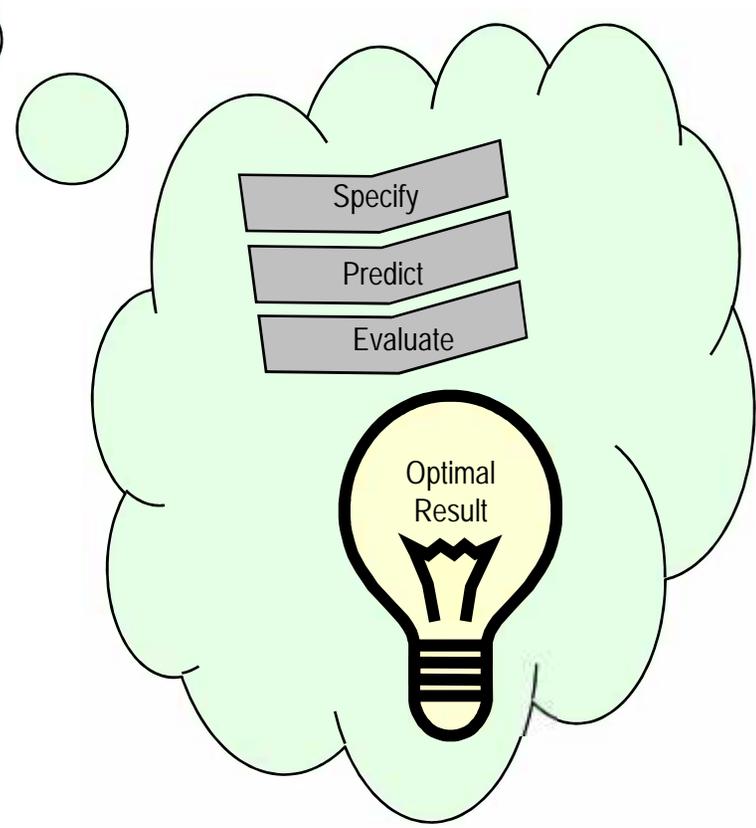
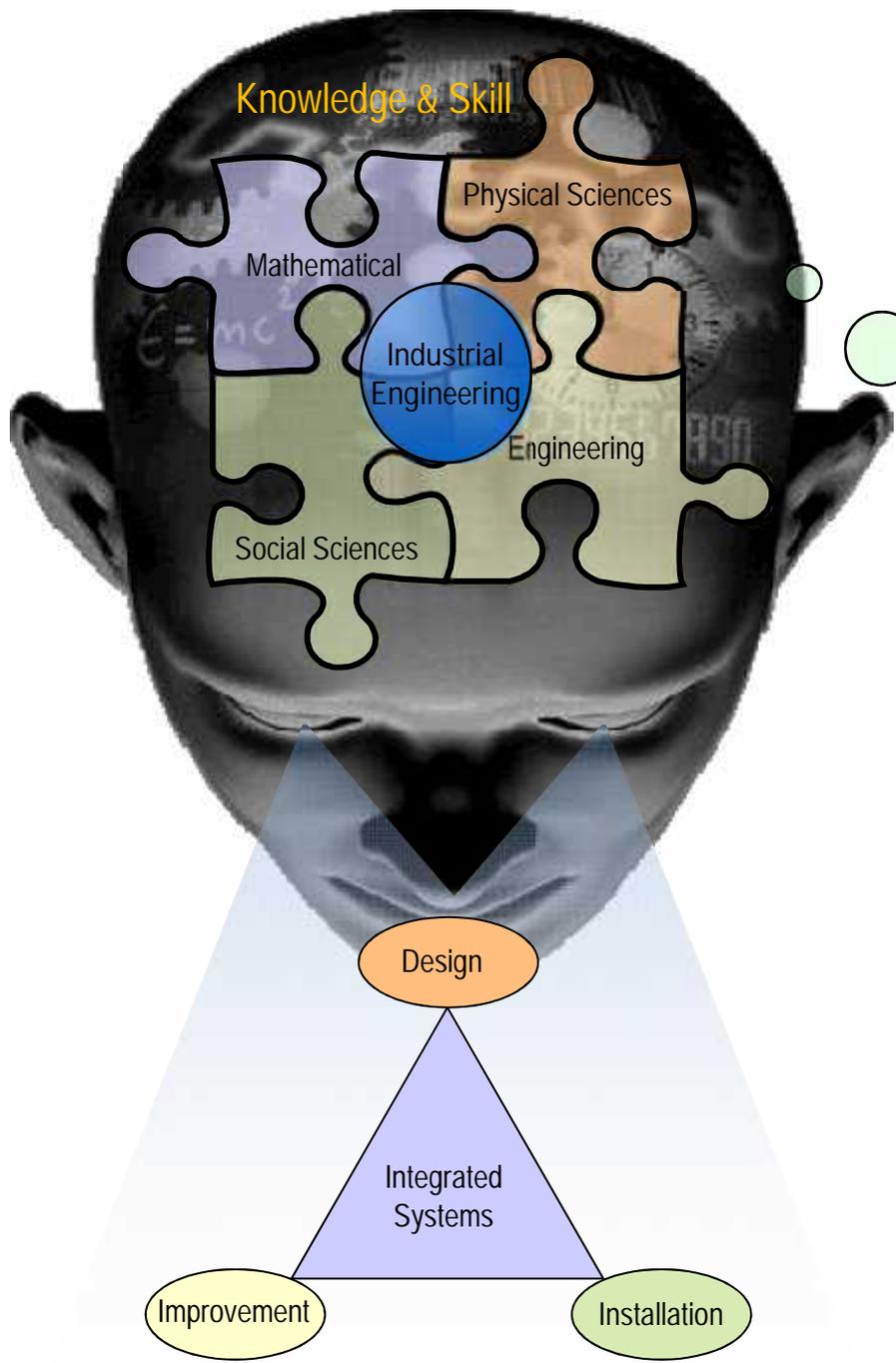


PERENCANAAN PERUSAHAAN

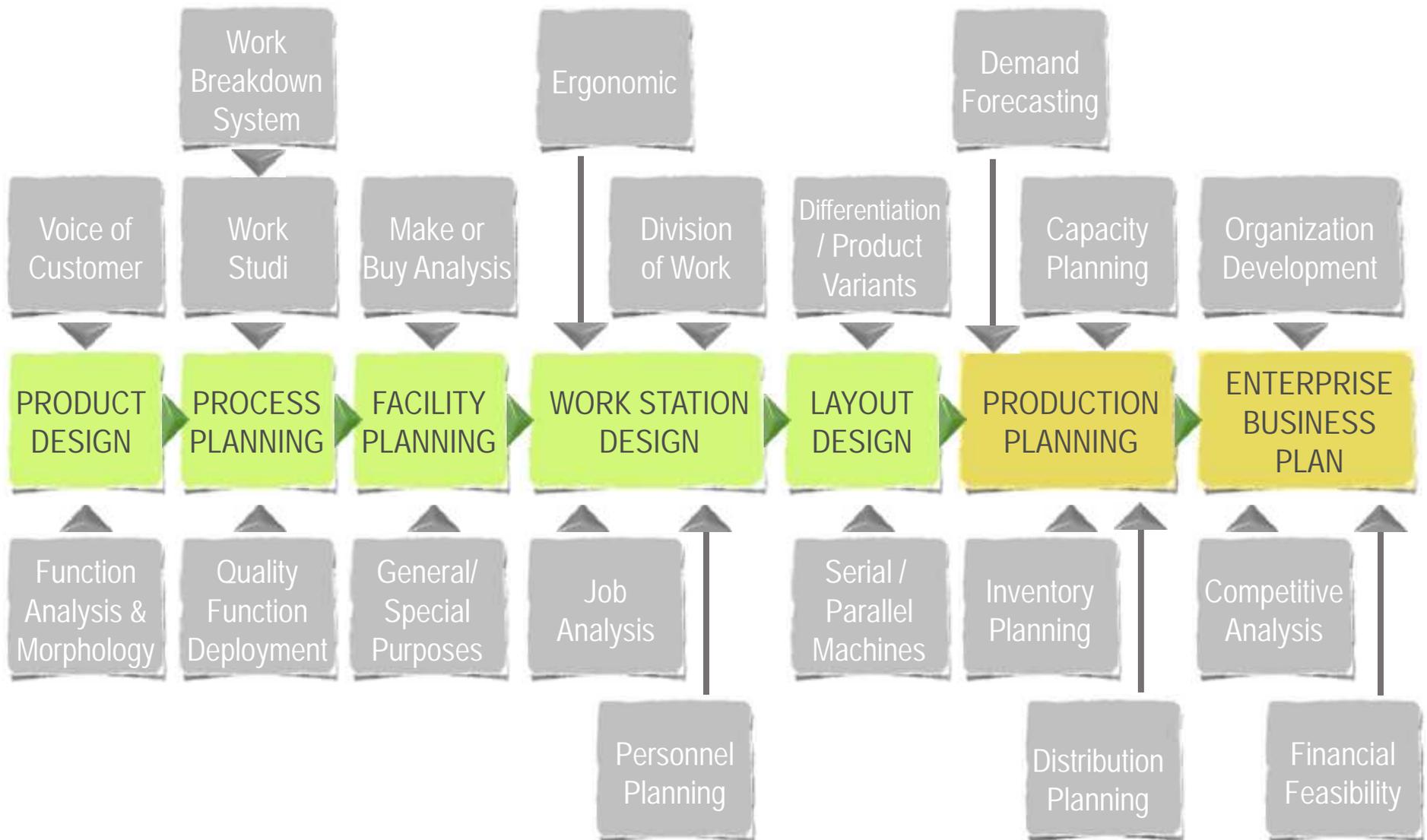
nadidasmita@uny.ac.id

INDUSTRIAL ENGINEERING

..is concerned with **the design, improvement, and installation of integrated systems** of men, materials, information, energy, and equipments. It draws upon specialized knowledge and skill in the mathematical, physical and social sciences together with the principles and methods of engineering analysis and design to specify, predict and evaluate the result to be obtained from such systems



LINGKUP TEKNIK INDUSTRI



PERENCANAAN PERUSAHAAN



BUAT MIND MAPPING : **PERENCANAAN PERUSAHAAN**

Apa saja yang berkaitan dengan Perencanaan Perusahaan ?

Misalnya :

1. Informasi apa saja yang diperlukan dalam merencanakan perusahaan ?
2. Aspek apa saja yang dipertimbangkan untuk merencanakan perusahaan ?
3. Siapa saja yang berkepentingan dengan perencanaan perusahaan ?
4. Bagaimana langkah-langkah perencanaan perusahaan ?

BUSINESS PLAN



- Business viability
- Management viability
- Market viability
- Technical viability
- Economic and financial viability

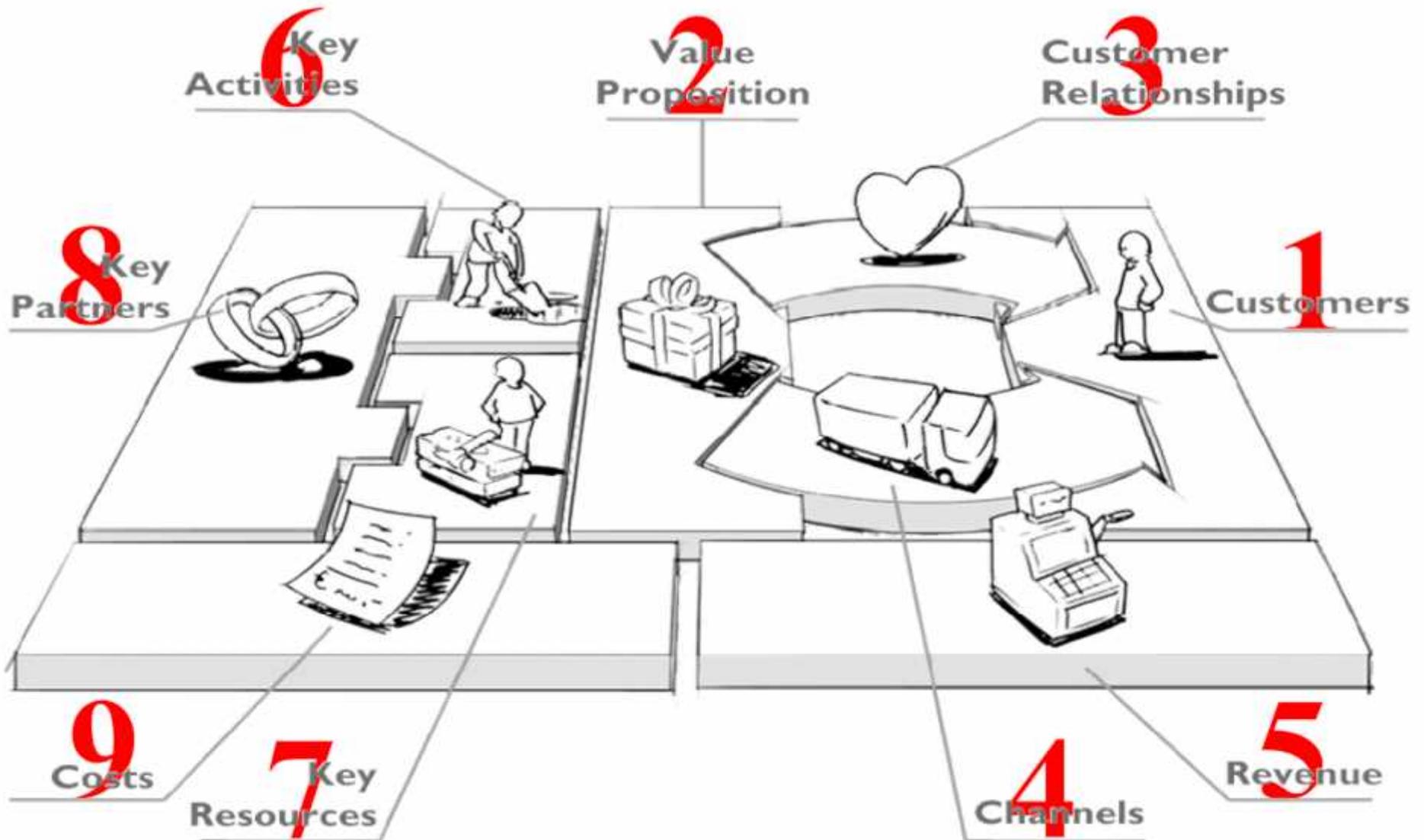
BUSINESS PLAN

- a. Sampul
- b. Ringkasan
- c. Gambaran Umum Usaha
 - c.1 Konsep usaha (dan bentuk badan usaha)
 - c.2 Produk (dan pendefinisian value)
 - c.3 Analisa situasi usaha
- d. Manajemen Usaha
 - d.1 Visi dan misi organisasi
 - d.2 Struktur organisasi
 - d.3 Deskripsi jabatan
- e. Analisa Kelayakan Pasar
 - e.1 Segmentasi pasar
 - e.2 Penentuan pasar target
 - e.3 Strategi pemasaran
 - e.4 Proyeksi pemasaran
- f. Analisa Kelayakan Teknis
 - f.1 Deskripsi dan spesifikasi teknis Produk
 - f.2 Perencanaan teknologi proses
 - f.3 Perencanaan kapasitas (dan penentuan jumlah fasilitas & tenaga kerja)
 - f.4 Perencanaan tata letak
- g. Analisa Kelayakan Finansial
 - g.1 Harga Pokok Produksi
 - g.2 Penentuan Harga
 - g.3 Proyeksi Neraca Keuangan
 - g.4 Proyeksi Aliran Kas
 - g.5 Pemodalan
 - g.6 Analisa keuangan

BUSINESS PLAN

- a. Sampul
- b. Ringkasan
- c. Gambaran Umum Usaha
 - c.1 Konsep usaha (dan bentuk badan usaha)
 - c.2 Produk (dan definisian value)
 - c.3 Analisa situasi usaha
- d. Manajemen Usaha
 - d.1 Tujuan dan misi organisasi
 - d.2 Struktur organisasi
 - d.3 Deskripsi jabatan
- e. Analisa Kelayakan Pasar
 - e.1 Segmentasi pasar
 - e.2 Penentuan pasar target
 - e.3 Strategi pemasaran
 - e.4 Proyeksi pemasaran
- f. Analisa Kelayakan Teknis
 - f.1 Deskripsi dan spesifikasi teknis Produk
 - f.2 Perencanaan teknologi proses
 - f.3 Perencanaan kapasitas (dan penentuan jumlah fasilitas & tenaga kerja)
 - f.4 Perencanaan tata letak
- g. Analisa Kelayakan Finansial
 - g.1 Harga Pokok Produksi
 - g.2 Penentuan Harga
 - g.3 Proyeksi Neraca Keuangan
 - g.4 Proyeksi Aliran Kas
 - g.5 Pemodalan
 - g.6 Analisa keuangan

BUSINESS MODEL



the business model canvas



key partners

what can partners do better than you or at a lower cost (and thus leverage your business model)?



key activities

what key activities do you need to perform in your business model and how easily can?



value proposition

which one of your customer's problems are you solving and which needs are we satisfying?



customer relationship

what type of relationships does your customer expect you to establish and maintain with him?



customer segment

what are your customer's needs, problems, desires and ambitions?



key resources

what key resources does your business model require?



distribution channels

through which means does your customer want to be reached and addressed by you?



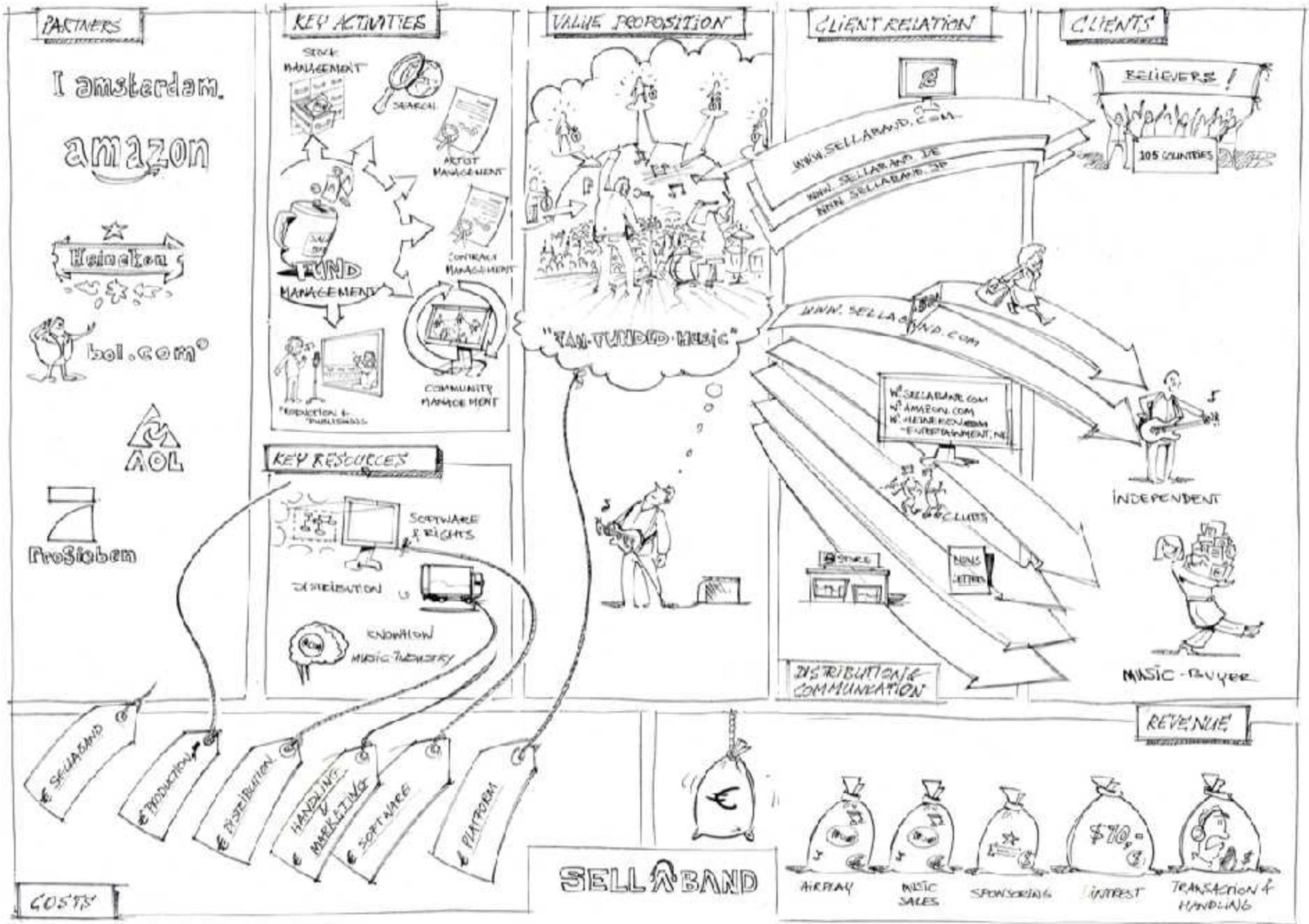
cost structure

what is the cost structure of your business model and is it in harmony with the core idea of your business model?



revenue streams

what value are your customers really willing to pay for and how would they prefer to pay for it?

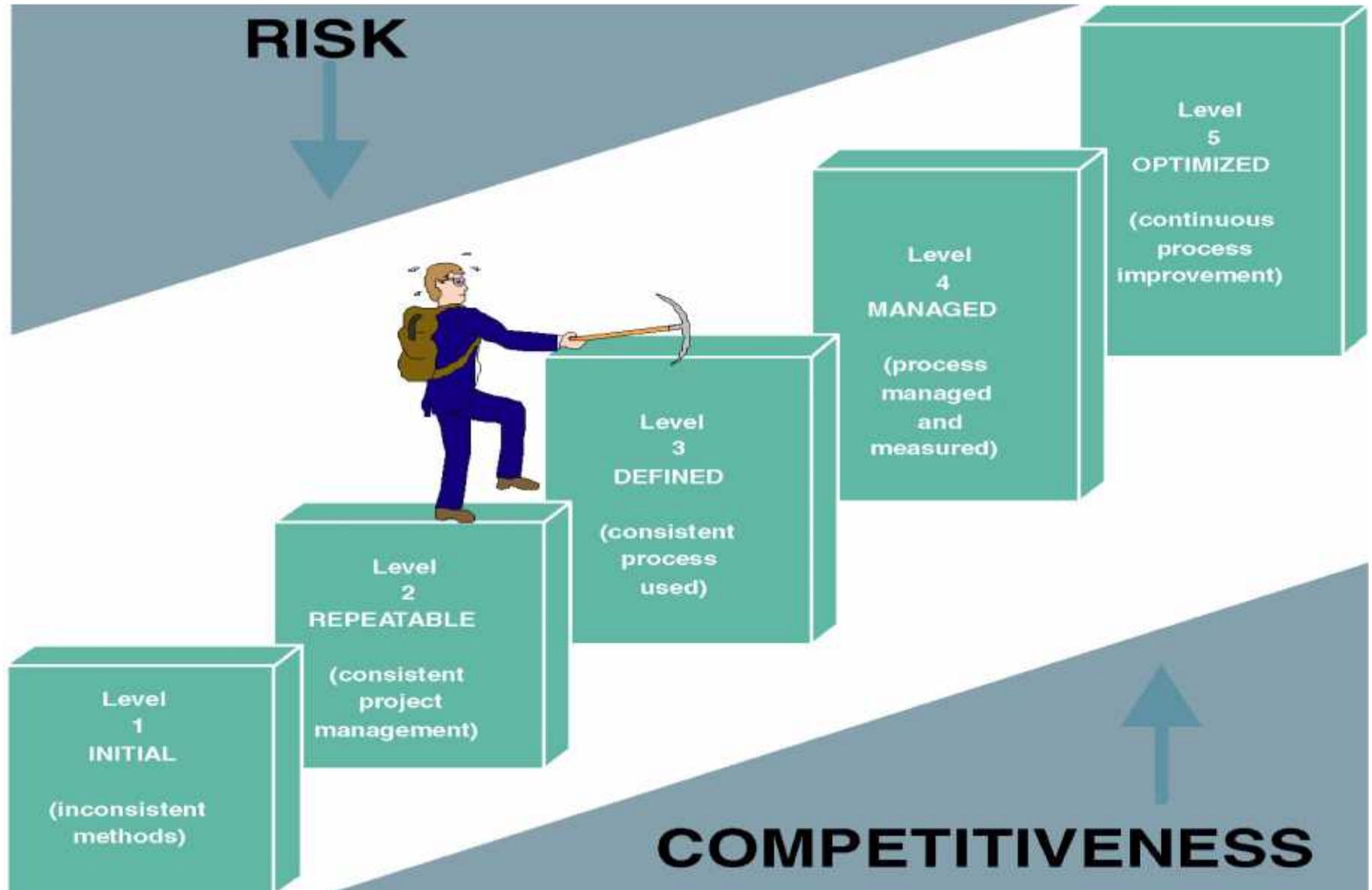


OFFERED TO SELLABAND BY JAM, BUSINESS MODELS INC. AND PWC

CAPABILITY MATURITY MODEL

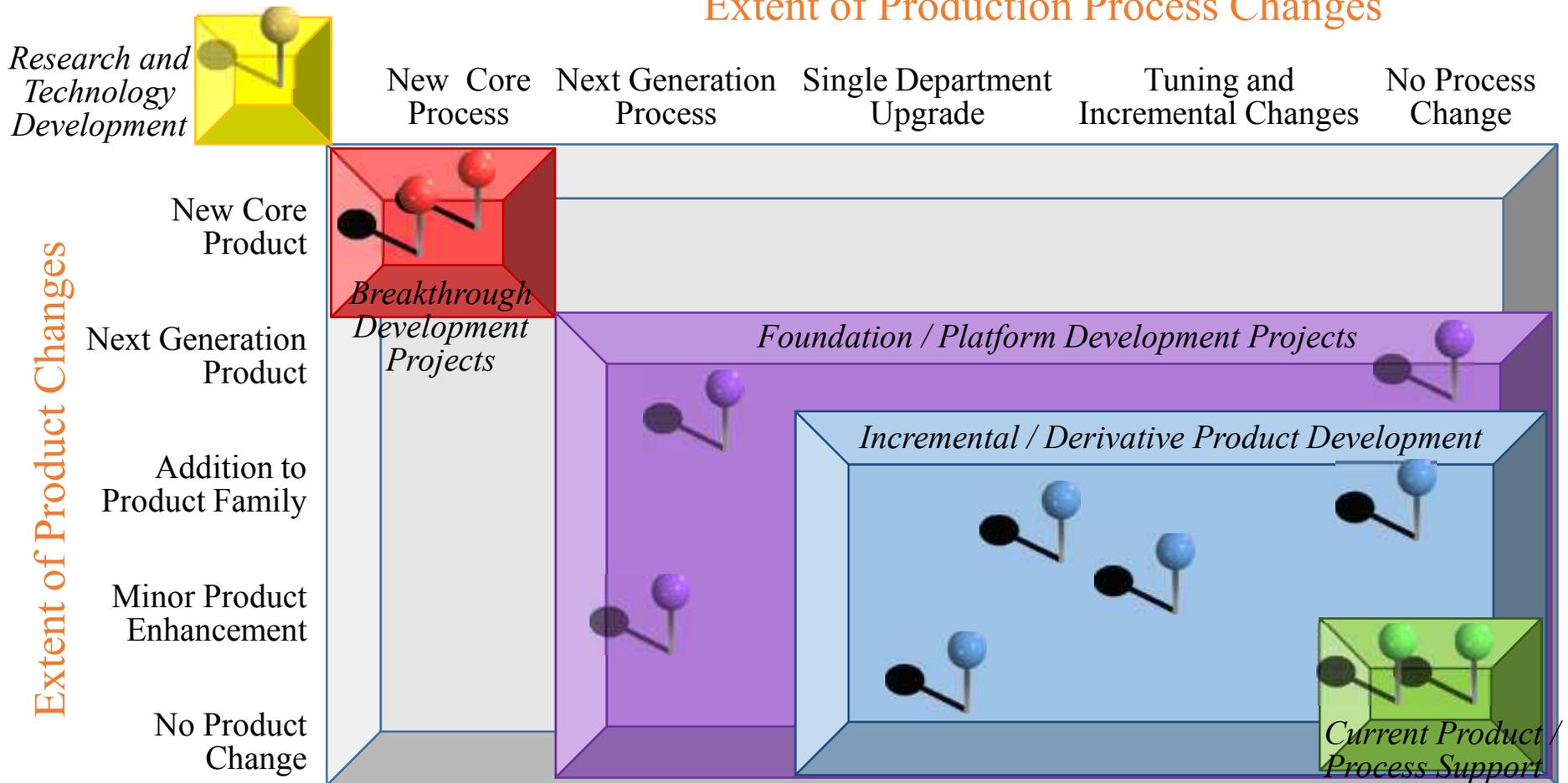
- Level 1 : Initial.
Pengerjaan proyek tanpa ada pengalaman pendahulunya. Pelaksana memulai dengan alat dan metode sendiri.
- Level 2 : Repeatable.
Pengalaman proyek sebelumnya mulai membentuk kematangan pembelajaran yang menjadi dasar pengerjaan proses berikutnya.
- Level 3 : Defined.
Pembakuan pengerjaan proyek telah terbentuk. Pengerjaan proyek konsisten berpanduan standar yang ada.
- Level 4 : Managed.
Proyek dan capaian terukur dalam kualitas dan produktivitas. Proyek terdokumentasi dan dikembangkan secara proaktif.
- Level 5 : Optimized.
Standar pengerjaan proyek terus diperbaiki berkelanjutan. Pembelajaran bersama mengurangi ketidakefisienan.

CAPABILITY MATURITY MODEL



PLATFORM KOMPETENSI

Extent of Production Process Changes



ASPEK PERENCANAAN PERUSAHAAN

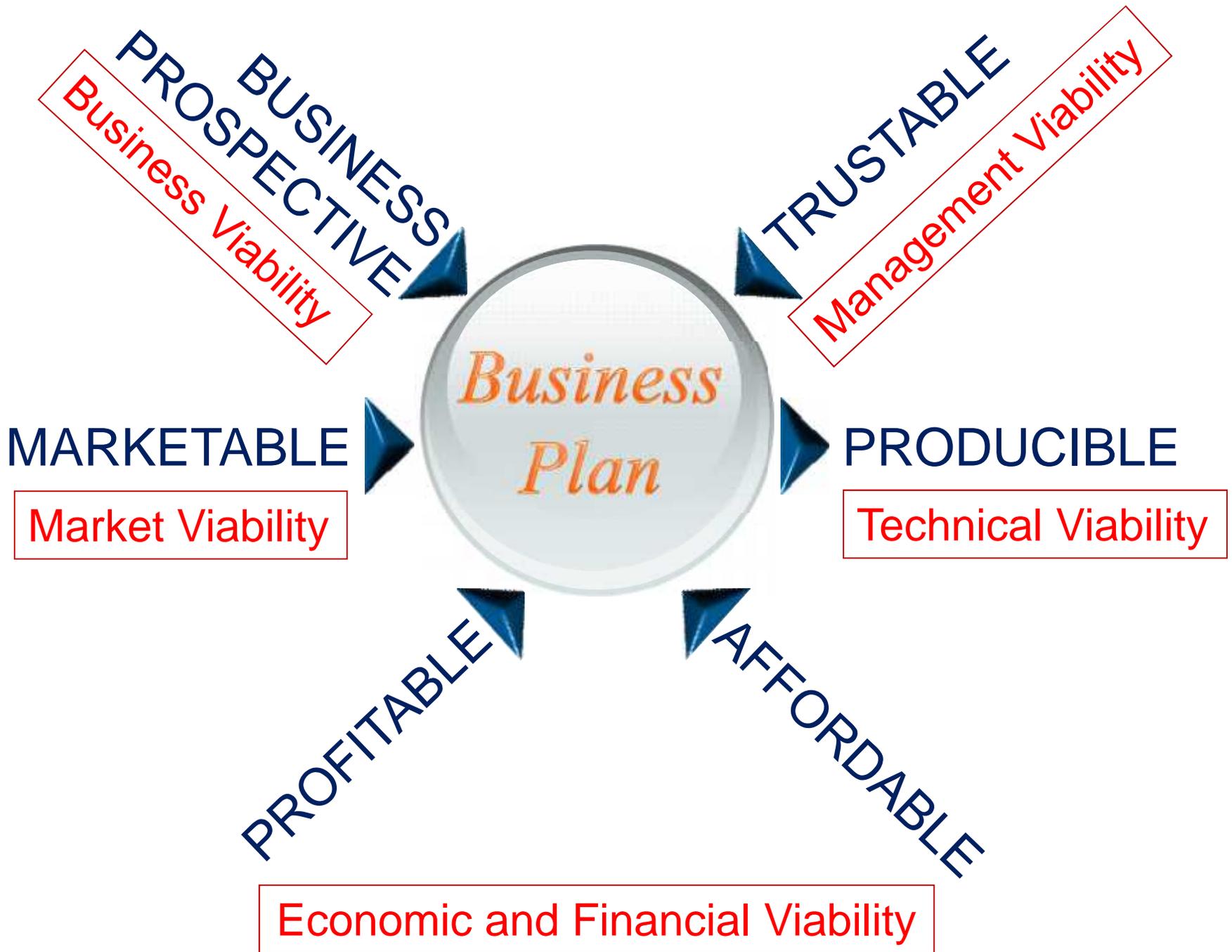
- Potensi bisnis (*business prospective*)
 - Portofolio bisnis dan siklus hidup produk → aspek pertumbuhan bisnis
 - Analisa SWOT → aspek faktor internal dan eksternal
- Personalia bisa dipercaya (*trustable*)
 - Kemampuan teknis, konseptual dan humanis dari manajer → aspek manajerial perusahaan
 - Kemampuan teknis, *problem solving* dan kerja sama dari operator dan staf lainnya → aspek operasional perusahaan

ASPEK PERENCANAAN PERUSAHAAN

- Produk dapat dipasarkan (*marketable*)
 - Diterima konsumen → aspek kualitas dan aspek biaya
 - Diterima masyarakat → aspek hukum (termasuk norma) dan aspek lingkungan
- Produk mampu diproduksi (*producible*)
 - Disanggupi bagian produksi dan logistik → aspek proses produksi dan kapabilitasnya
 - Disanggupi bagian pengadaan dan pemasok → aspek material dan komponen

ASPEK PERANCANGAN PRODUK

- Sanggup terbiayai (*affordable*)
 - Selaras dengan pemodalan → aspek modal investasi dan aspek pinjaman
 - Menjamin keberlanjutan → aspek perputaran aliran finansial dan aspek cadangan finansial
- Menguntungkan (*profitable*)
 - Pengembalian modal → aspek *break event point* dan aspek *payback period*
 - Menguntungkan stake holder → aspek margin keuntungan (bagi pemilik usaha atau investor) dan aspek insentif (bagi manajemen dan pekerja)



KELAYAKAN BISNIS (*business viability*)

- Platform dan spektrum kompetensi perusahaan, termasuk kedewasaan dan kapabilitasnya.
- Analisa BCG portfolio dan siklus hidup produk untuk mengevaluasi pertumbuhan bisnis.
- Analisa SWOT untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal dan keterkaitannya dalam persaingan.
- Analisa Porter's five forces untuk mengevaluasi struktur pasar, lingkungan mikro dan situasi persaingan.
- Analisa PEST untuk mengevaluasi lingkungan makro.
- Pernyataan visi dan misi yang didukung dengan perencanaan strategis yang relevan dan *feasible*.

KELAYAKAN MANAJEMEN (*management viability*)

- Kemampuan manajerial pihak manajemen (*white collar*) yang didukung kemampuan operasional pihak pekerja (*blue collar*).
- Pembagian kerja dengan deskripsi kerjanya, didukung pengorganisasian yang merefleksikan total keterlibatan semua pihak dan kerja sama terpadu.
- Pendidikan, pelatihan, pengalaman dan profesionalisme membentuk kompetensi pribadi, serta didukung soft-skill terutama kejujuran.
- Personal yang telah dikenal publik atau mempunyai rekomendasi dari orang lain yang telah dikenal publik, akan cenderung lebih dipercaya daripada personal yang baru pemula atau pemain baru.

KELAYAKAN PASAR (*market viability*)

- Proses *segmentation-targeting-positioning*
- Riset pasar untuk menggali keinginan konsumen, karakteristik konsumen dan perilaku konsumen dari pasar potensial yang menjadi target.
- Riset pasar untuk memproyeksikan potensi pasar termasuk daya beli dan pola konsumsinya.
- Strategi pemasaran sesuai dengan struktur pasar, situasi persaingan, lingkungan pemasaran mikro-makro, dan siklus hidup produk.
- Strategi pemasaran diterjemahkan secara taktis dalam bauran pemasaran.

KELAYAKAN TEKNIS (*technical viability*)

- Deskripsi produk dengan spesifikasi yang jelas.
- Urutan proses yang relevan dan runtut.
- Tata letak fasilitas yang menunjang proses fabrikasi.
- Material, energi dan sumber daya lain tersedia.
- Kapabilitas dan keandalan sumber daya pemroses mengendalikan dan menjamin efisiensi proses dan kualitas produk.
- Perencanaan kapasitas produksi dan pengendalian persediaan sesuai dengan proyeksi permintaan dengan *service level* yang baik.

KELAYAKAN EKONOMIS DAN FINANSIAL (*economic & financial viability*)

- Keberlanjutan pendanaan memungkinkan pembiayaan hingga produksi impas (*break event point*) atau saat pengembalian modal (*payback period*). Di mana sesuai *product lifecycle*, biaya besar diperlukan di awal untuk investasi, desain, pengenalan dan promosi.
- Lama waktu yang diperlukan hingga pengembalian modal dengan analisa *break event point* atau *payback period*.
- Analisa margin keuntungan dibandingkan harga pokok. Serta analisa *Benefit Cost Ratio*.
- Evaluasi kelayakan ekonomi jangka panjang dengan analisa ekonomi teknik.



ILMU YANG PERLU DIPELAJARI

- **ORGANISASI & MANAJEMEN INDUSTRI**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami prinsip dasar manajemen dan organisasi. Mahasiswa dapat menjelaskan fungsi-fungsi manajemen dalam organisasi melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Mahasiswa mampu menyusun struktur organisasi berdasarkan pembagian kerja, rantai komando dan rentang kendali dari anggota organisasi.

- **PSIKOLOGI INDUSTRI**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami perbedaan perilaku individu dalam organisasi. Mahasiswa mampu mengatur dan mengendalikan hubungan industrial. Mahasiswa mampu menganalisa sosiologi industri.

- **KEWIRAUSAHAAN**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa sadar dan memahami bahwa keberhasilan usaha ditentukan oleh kemampuan dan sikap kerja pegawai dan pimpinan untuk menciptakan dan memanfaatkan peluang. Mahasiswa termotivasi untuk mempelajari situasi bisnis dan perubahannya. Mahasiswa berani mengambil resiko untuk mempergunakan peluang dan melakukan perubahan sesuai dengan arah gerak peluang yang baru.

ILMU YANG PERLU DIPELAJARI

- **PEMASARAN**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami prinsip dasar pemasaran. Mahasiswa dapat melakukan penelitian pasar untuk mengetahui situasi pasar dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, kondisi persaingan, perilaku konsumen dan ramalan permintaan. Mahasiswa dapat menganalisa pasar untuk melakukan *segmentation, targeting, positioning, dan branding*. Mahasiswa dapat merumuskan perencanaan strategis dan bauran pemasaran.

- **AKUNTANSI BIAYA**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa menguasai tentang penentuan harga pokok produk, pengendalian biaya serta perencanaan dalam keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan strategik dan alokasi sumber ekonomi perusahaan.

- **EKONOMI TEKNIK**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami konsep dasar, teori, rumus-rumus, serta teknik-teknik analisis ekonomik yang terkait dengan aspek teknik dari suatu sistem produksi, produk, dan jasa. Mahasiswa mampu melakukan evaluasi kelayakan dari beberapa proposal teknik dalam kaitannya dengan dimensi nilai dan biaya, serta mampu membuat suatu keputusan ekonomik dan memahami resiko/dampak ekonomik dari suatu permasalahan aplikasi teknik (*engineering application*) di suatu industri.

ILMU YANG PERLU DIPELAJARI

- **PENGENDALIAN KUALITAS**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa mengerti definisi dan terminologi kualitas. Mahasiswa memahami peranan kualitas dalam perencanaan strategis dan pengambilan keputusan manajerial. Mahasiswa mampu menerapkan metode dan alat statistik guna mengendalikan kualitas proses maupun produk.

- **PERANCANGAN PRODUK**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami prinsi-prinsip dasar yang harus dipenuhi dalam perancangan dan pengembangan produk. Mahasiswa mampu menggali dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk menentukan nilai dalam produk yang dirancang. Mahasiswa mampu mengimplementasikan langkah-langkah perancangan dan pengembangan produk.

- **ANALISIS & PENGUKURAN KERJA**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami dasar penelitian dan perancangan kerja yang meliputi teknik tata cara dan pengukuran kerja. Mahasiswa mampu menyusun prosedur operasional estándar (SOP). Mahasiswa mampu menerapkan ekonomi gerakan dan pendekatan manajemen ilmiah untuk merancang sistem kerja yang lebih efektif dan efisien.

ILMU YANG PERLU DIPELAJARI

- **TATA LETAK FASILITAS**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami teknik perancangan tata letak fasilitas pabrik. Mahasiswa mampu menerapkan teknik perancangan tata letak pabrik dari perencanaan produk hingga desain tata letak, termasuk analisa biaya dan evaluasi kelayakan ekonominya.

- **PERENCANAAN & PENGENDALIAN PRODUKSI**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa memahami konsep dasar sistem produksi. Mahasiswa mampu mengklasifikasi sistem produksi sesuai strategi posisi produk atau proses. Mahasiswa menguasai teknik-teknik perencanaan dan pengendalian produksi dan persediaan. Mahasiswa mampu melakukan perencanaan kapasitas.

- **MANAJEMEN STRATEGI**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa mengetahui fungsi dan peranan manajemen strategi. Mahasiswa dapat mengerjakan analisa dan evaluasi kondisi faktor internal dan eksternal organisasi. Mahasiswa mampu menyusun perencanaan strategis. Mahasiswa memahami visi, misi dan tujuan dalam organisasi

ILMU YANG PERLU DIPELAJARI

- **ANALISA & PERANCANGAN PERUSAHAAN**

Keluaran Pembelajaran : Mahasiswa mengetahui studi kelayakan usaha. Mahasiswa memahami konsep pengembangan usaha dan hubungannya dengan konsep perancangan sistem integral. Mahasiswa mampu menyusun proposal pengembangan usaha. Mahasiswa dapat menganalisa kelayakan usaha. Mahasiswa memahami bagaimana merencanakan usaha dan membangun perusahaan.

STAKE HOLDER PERENCANAAN PERUSAHAAN

- Tim Perancangan Produk dan Proses
- Tim Pemasaran dan Manajemen Bisnis
- Tim Perencanaan Produksi dan Logistik
- Tim Perencanaan Anggaran dan Keuangan

TAHAP PERENCANAAN PROSES

1. Menentukan platform produk dan konsep bisnis
2. Melakukan riset pemasaran 1
 - Karakteristik Pasar
 - Perilaku Pasar
3. Melakukan segmentasi pasar (segmentation)
4. Menentukan pasar target (targeting)
5. Melakukan riset pemasaran 2
 - Faktor internal dan eksternal
 - Struktur pasar dan lingkungan persaingan
6. Analisa potensi bisnis dan situasi persaingan bisnis
7. ...

TAHAP PERENCANAAN PROSES

6. ...

7. Melakukan riset pemasaran 3

- Kebutuhan dan Keinginan konsumen
- Daya beli dan faktor keputusan membeli

8. Mendefinisikan voice of customer tentang value

9. Merumuskan visi dan misi organisasi

10. Memproyeksikan permintaan produk sesuai siklus hidup produk

11....

TAHAP PERENCANAAN PROSES

10. ...

11. Mengembangkan strategi pemasaran

- Menentukan posisi persaingan (leader, challenger, follower, nicher) dalam pasar.
- Merumuskan grand strategy.
- Mengembangkan bauran pemasaran (marketing mix)

12. Merancang dan mengembangkan produk

13. Merencanakan teknologi proses

14. Menentukan platform dan spektrum kompetensi inti organisasi

15....

TAHAP PERENCANAAN PROSES

14. ...

15. Membuat perencanaan kapasitas

16. Menyusun struktur organisasi

17. Merancang tata letak

18. Membuat perencanaan produksi dan logistik

19. Mengkalkulasi semua biaya

20. Menentukan harga jual

21. Membuat proyeksi neraca keuangan

22. Membuat proyeksi aliran kas

23. Merencanakan pemodalán

24. Menganalisa resiko keuangan

BUSINESS PLAN

Business Plan

Strategic Marketing Plan

Market Research

Tactical Marketing



Business Vision & Mission	Market Segmentation and Targeting	Competitive Environment	Definition of Offering	Market Positioning & Strategy	Marketing and Selling Model	Product Launch	Operations & Organization	Financial Analysis
<ul style="list-style-type: none"> • Define Vision & Mission • Business model <ul style="list-style-type: none"> – Acquisitions, licenses & partnerships needed • Market entry strategy <ul style="list-style-type: none"> – Major barriers to entry – Alternative strategies 	<ul style="list-style-type: none"> • Market segmentation • Identification of target segments & customers • Confirmation of customer needs (Voice of the Customer) 	<ul style="list-style-type: none"> • Identity and profile <ul style="list-style-type: none"> – Primary competitors (SWOT) – Secondary competitors (SWOT) 	<ul style="list-style-type: none"> • Prioritize customer needs • Description of offering • Pricing strategy • Validation/testing 	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT • Unique Selling Proposition (USP) • Market entry strategy <ul style="list-style-type: none"> – Major barriers – Alternative strategies – Objectives • Critical success factors 	<ul style="list-style-type: none"> • Sales and channel strategy • Sales force organization • Sales metrics & incentives • Brand strategy • Advertising & promotion strategy 	<ul style="list-style-type: none"> • Time-frame & milestones • Potential risks/bottlenecks • Key success factors • Marketing Action Plan (MAP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizational structure • R&D and Operations model <ul style="list-style-type: none"> – Degree of vertical integration – In-house vs. outsource • Human resources • Culture & management style • Business systems & processes 	<ul style="list-style-type: none"> • Financial model <ul style="list-style-type: none"> – Cost structure – Projected revenues & profits by segment • Investment requirements & financing strategy

End of Slides ...

