

DAFTAR ISI

Lembar Dewan Penguji	i
Pernyataan Keaslian	ii
Kata Pengantar.....	iii
Abstrak Dan Abstract.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penulisan Tesis	3
1.4. Manfaat Penulisan Tesis	4
1.5. Sistematika Penuslisan	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kosmetika.....	7
2.2. Manajemen Strategi.....	9
2.3. Formulasi Strategi.....	11
2.3.1. Visi dan Misi.....	12
2.4. Analisis Eksternal.....	12
2.4.1. PESTEL.....	13
2.4.2. Porter's 5 Forces of Competititon Matrix.....	13
2.4.3. CPM.....	15
2.4.4. Matrik Faktor Eksternal (EFE).....	15
2.5. Analisis Internal.....	16

2.6.	Analisis SWOT (Matrik TOWS).....	16
2.7.	Analisis Strategi.....	18
2.8.	Pemilihan Strategi.....	20
2.9.	Implementasi Strategi.....	21
2.10.	Evaluasi Strategi.....	22
2.11.	Konsep Pemasaran	22
2.12.	Konsep Operasional dan <i>Supply Chain</i>	25
2.13.	Konsep Sumber Daya Manusia	26
2.14.	Konsep Keuangan	27
III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1.	Jenis Penelitian.....	30
3.2.	Objek Penelitian.....	30
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4.	Metode Analisis Data.....	31
3.5.	Kerangka Analisis	32
IV.	PROFIL USAHA.....	34
4.1.	Profil Singkat Usaha	34
4.2.	Lokasi	35
4.3.	Produk.....	36
4.4.	Visi dan Misi	37
V.	ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS.....	38
5.1.	Analisis PESTEL	38
5.2.	Industri	44
5.3.	Key Success Factor.....	47
5.4.	Competitive Profile Matrix.....	48

	5.5. Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (Matrik EFE).....	49
VI.	ANALISIS INTERNAL.....	50
	6.1. Analisis Fungsional.....	51
	6.2. Analisis Tulang Ikan (Fish Bone Analysis).....	52
	6.3. Matrik Evaluasi Faktor Internal (Matrik IFE).....	55
VII.	PENETAPAN SASARAN, PENGEMBANGAN STRATEGI DAN FORMULASI STRATEGI.....	57
	7.1. Matrik Internal Eksternal (IE).....	57
	7.2. Matrik QSPM.....	58
	7.3. Matrik TOWS.....	59
	7.3.1. Analisis Matrik TOWS.....	62
	7.4. Strategi EASY.....	63
VIII.	IMPLEMENTASI STRATEGI.....	66
	8.1. Strategi Perbesar (Enlarge).....	66
	8.1.1. Analisis Pemasaran.....	67
	8.1.2. Analisis Operasional.....	71
	8.1.3. Analisis SDM.....	75
	8.1.4. Analisis Keuangan.....	80
	8.2. Strategi Beradaptasi (Adapt).....	86
	8.2.1. Tujuan Strategi Beradaptasi.....	86
	8.2.2. Produk.....	87
	8.2.3. Komunitas.....	87
	8.2.4. Website.....	87
	8.3. Strategi Secara Aman (Safely).....	88
	8.3.1. Tujuan Strategi Secara Aman.....	88

8.4.	Rencana Tindakan Implementasi 3 Tahun.....	90
IX.	RENCANA EVALUASI STRATEGI.....	93
9.1.	Strategi Terus Menerus (Continuosly).....	93
9.2.	Peta Strategi.....	93
X.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
10.1.	Kesimpulan.....	98
10.2.	Saran.....	99
	DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Total Penjualan Industri Kosmetik di Indonesia.....	1
Tabel 5.1. Tingkat Perubahan UMR Jakarta 2010 – 2016.....	39
Tabel 5.2. Hasil Analisis PESTEL BareSkin.....	43
Tabel 5.3. Hasil Porter's 5 Forces Model of Competition.....	46
Tabel 5.4. Hasil Analisis KSF BareSkin dengan Pesaing.....	48
Tabel 5.5. Matrix EFE BareSkin.....	49
Tabel 6.1. Analisis Fungsional BareSkin.....	50
Tabel 6.2. Matrik IFE BareSkin.....	55
Tabel 7.1. Matrik QSPM BareSkin.....	58
Tabel 7.2. Matrik TOWS BareSkin.....	60
Tabel 7.3. Strategi Kekuatan – Peluang (SO) BareSkin.....	61
Tabel 7.4. Strategi Kekuatan – Ancaman (ST) BareSkin.....	61
Tabel 7.5. Strategi Kelemahan – Peluang (WO) BareSkin.....	62
Tabel 7.6. Strategi Kelemahan – Ancaman (WT) BareSkin.....	62
Tabel 7.7. Hasil Analisis Matrik TOWS.....	63
Tabel 8.1. Daftar Harga dan Ukuran Produk BareSkin.....	70
Tabel 8.2. Kebutuhan Modal untuk Implementasi Strategi EASY.....	82
Tabel 8.3. Proyeksi Harga Pokok Produksi Per Liter.....	83
Tabel 8.4. Proyeksi Penjualan dan Produksi per Tahun.....	83
Tabel 8.5. Proyeksi Arus Kas Per Tahun.....	84
Tabel 8.6. Proyeksi Laba Rugi Per Tahun.....	85
Tabel 9.1. Pengukuran Performa dari BareSkin.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rumusan Masalah.....	3
Gambar 2.1. Model Strategi Manajemen Fred R. David.....	10
Gambar 2.2. <i>Porter's 5 Forces</i>	14
Gambar 2.3. Matrik TOWS.....	17
Gambar 2.4. Matrik Internal – Eksternal.....	18
Gambar 2.5. Matrik QSPM.....	21
Gambar 2.6. <i>Marketing Mix 4P's</i>	24
Gambar 2.7. Proses Penyusunan Anggaran	31
Gambar 3.1. Kerangka Penelitian Penyusunan Tesis BareSkin.....	32
Gambar 4.1. Logo BareSkin.....	34
Gambar 4.2. Toko Online BareSkin.....	35
Gambar 4.3. Lini Produk BareSkin dan Turunannya.....	36
Gambar 6.1. Analisis <i>FishBone</i> untuk BareSkin.....	52
Gambar 7.1. Matrik IE BareSkin.....	57
Gambar 8.1. Sistem Penjualan Langsung Bareskin.....	70
Gambar 8.2. Sistem Pelayanan Pelanggan BareSkin yang Lama.....	72
Gambar 8.3. Sistem Pelayanan Pelanggan Bareskin yang Baru.....	73
Gambar 8.4. Proses Sistem Produksi BareSkin.....	74
Gambar 8.5. Rencana Tindakan BareSkin di Tahun 2017.....	90
Gambar 8.6. Rencana Tindakan BareSkin di Tahun 2018.....	91
Gambar 8.7. Rencana Tindakan BareSkin di Tahun 2019.....	92
Gambar 9.1. Peta Strategi EASY.....	94