

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penyusunan Rencana Bisnis.....	4
1.4. Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2. DESKRIPSI BISNIS	
2.1. Sejarah Kelapa Sawit.....	7
2.1.1. Hasil Kelapa Sawit.....	8
2.1.2. Perkembangan Industri Kelapa Sawit.....	9
2.2. Identifikasi Peluang Bisnis.....	12
2.3. Lingkup Bidang Usaha.....	12
2.3.1. Kebijakan Pengembangan Pasar Ekspor CPO.....	15
2.4. Proses Bisnis.....	16
2.4.1. Proses Penyulingan Minyak Sawit.....	18

2.5. Penerapan Strategi Pemasaran.....	21
2.6. Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	21
2.7. Sumber Keuangan.....	22

BAB 3. KONSEP BISNIS

3.1. Konsep Investasi.....	23
3.2. Konsep <i>Business to Business (B2B)</i>	25
3.3. Pasar Konsumen (<i>Business to Customer</i>).....	28
3.4. Perbedaan <i>Business to Business</i> dengan <i>Business to customer</i>	29
3.5. Analisa Keunggulan Produk.....	42
3.6. Pengembangan Program Pemasaran.....	44
3.7. Kerangka Kerja.....	44

BAB 4. METODOLOGI PENYUSUNAN

4.1. Pengumpulan Informasi.....	46
4.1.1. Penelitian Pustaka.....	46
4.1.2. Pengumpulan Data Lapangan.....	46
4.2. Profil Perusahaan.....	47
4.2.1. Visi Perusahaan.....	48
4.2.2. Misi Perusahaan.....	48
4.2.3. Tujuan Perusahaan.....	48
4.2.4. Sasaran Perusahaan.....	49
4.2.5. Strategi Umum Perusahaan.....	49
4.2.6. Pemilihan Lokasi.....	50
4.2.7. Strategi Utama Perusahaan.....	51
4.2.8. Tujuan Strategis.....	51
4.2.9. Indikator Kinerja.....	53
4.2.10. Penerapan <i>Balanced Scorecard</i> dan Sistem <i>Reward</i>	56
4.3. Analisa Data Lingkungan Mikro.....	56
4.3.1. Ancaman Pendetang Baru.....	57
4.3.2. Ancaman Produk Pengganti.....	58

4.3.3. Kekuatan Tawar Menawar.....	60
4.3.4. Persaingan Dalam Industri.....	62
4.3.5. Dukungan Perbankan Nasional.....	66
4.3.6. Tujuan Dan Sasaran Pemasaran.....	68
4.3.7. Produk Yang Dipasarkan.....	69
4.3.8. Definisi Pasar.....	70
4.3.9. Sifat Permintaan (<i>Nature of Demand</i>).....	70
4.3.10. <i>Segmenting</i>	71
4.3.11. <i>Targetting</i>	71
4.3.12. <i>Positioning</i>	74
4.3.13. Perilaku Pembelian <i>Target Market</i>	75
4.3.14. Metoda Strategi Pemasaran.....	76
4.3.15. Bauran Pemasaran.....	77
4.3.16. Strategi Produk.....	78
4.3.17. Strategi Harga.....	79
4.3.18. Kebijakan Promosi.....	79
4.3.19. Strategi Tempat.....	83
4.3.20. Proyeksi Pemasaran.....	83
4.3.21. Sistem Penjualan.....	84
4.4. Analisa Sumber Daya Manusia.....	85
4.4.1. Strategi Sumber Daya Manusia.....	85
4.4.2. Budaya Organisasi PT. Revina Plantation.....	86
4.4.3. Struktur Organisasi PT. Revina Plantation.....	87
4.4.4. Kepemimpinan Perusahaan.....	90
4.4.5. Perencanaan Sumber Daya Manusia.....	91
4.4.6. Seleksi Dan Rekrutmen.....	91
4.4.7. Penempatan Sumber Daya Manusia.....	91
4.4.8. Pelatihan Dan Pengembangan.....	91
4.4.9. Retensi Sumber Daya Manusia Dan Sistem Pengupahan.....	91
4.4.10. Penilaian Pekerja (<i>Performance Appraisal</i>).....	94
4.4.11. Perencanaan Dan Pengembangan Karir.....	97

4.4.12. Pemutusan Hubungan Kerja.....	97
4.4.13. <i>Community Development Program</i>	98
4.5. Isu – Isu Strategik	99
4.6. Manajemen Resiko.....	101
4.7. Proses Dan Metoda Penyusunan Perencanaan Bisnis.....	103
4.8. Metoda Analisa Kelayakan Bisnis.....	104
BAB 5. ANALISIS DATA	
5.1. Analisa Lingkungan Makro.....	106
5.1.1. Peraturan Pemerintah.....	107
5.1.2. Lingkungan Sosial Budaya.....	110
5.1.3. Lingkungan Teknologi.....	111
5.1.4. Lingkungan Demografi.....	111
5.1.5. Lingkungan Geografi dan Iklim Untuk Perkebunan.....	112
5.1.6. Karakteristik Lahan.....	113
5.1.7. Kemudahan Akses.....	114
5.1.8. Lokasi Dan Topografi.....	115
5.2. Operasional Bisnis.....	115
5.2.1. Tujuan Dan Sasaran.....	116
5.2.2. Produk Kebun.....	117
5.2.3. Produk Pabrik.....	117
5.2.4. Proses Kebun Dan Investasi Tanaman Dan Non Tanaman... ..	118
5.2.5. Proses Pabrik.....	126
5.2.6. Kapasitas Dan Fasilitas Kebun.....	132
5.2.7. Kapasitas Dan Fasilitas Pabrik.....	133
5.3. Analisa Proyeksi Keuangan Dan Modal.....	135
5.3.1. Tujuan Dan Sasaran.....	135
5.3.2. Kebijakan Investasi.....	136
5.3.3. Kebijakan Pendanaan Investasi Dan Permodalan.....	138
5.3.4. Biaya Modal.....	139
5.3.5. <i>Payback Period</i>	142

5.3.6. Kebijakan Deviden.....	142
5.3.7. Kebijakan Modal Kerja.....	143
5.3.8. Kebijakan Kas.....	143
5.3.9. Kebijakan Persediaan.....	144
5.3.10. Kebijakan Piutang.....	144
5.3.11. Kebijakan Hutang Jangka Pendek.....	144
5.3.12. Kebijakan Operasional Keuangan.....	145
5.3.13. Harga Pokok Produksi.....	145
5.3.14. Harga Jual.....	146
5.3.15. Biaya Pemasaran.....	146
5.3.16. Biaya Umum Dan Administrasi.....	145
5.3.17. Kebijakan Keuangan Lainnya.....	147
BAB 6. BISNIS PLAN	
6.1. Gagasan Bisnis.....	148
6.2. Tim Manajemen.....	150
6.3. Strategi Dan Rencana Pemasaran.....	150
6.4. Strategi Pengoperasian Bisnis.....	151
6.5. Kebutuhan Modal Dan Proyeksi.....	152
6.6. Analisa Kelayakan Bisnis.....	153
BAB 7. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN	
7.1. Rekomendasi.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN.....	159
RIWAYAT HIDUP.....	173