

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR		i
ABSTRACT		ii
DAFTAR ISI		iii
DAFTAR GAMBAR		vi
DAFTAR TABEL		vii
DAFTAR LAMPIRAN		viii
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Pokok Masalah	3
1.3	Tujuan Penelitian	3
1.4	Manfaat Penelitian	4
1.5	Kerangka Penulisan	4
BAB II	KONSEP PROYEK	
2.1	Konsep Proyek	6
2.1.1	<i>Business Model Canvass</i>	8
2.2	Kebijakan Proyek	14
2.3	Kriteria Proyek	15
2.4	Tujuan Proyek	15
2.4.1	Tujuan Jangka Pendek	15
2.4.2	Tujuan Jangka Panjang	15
2.5	Arti Penting Proyek	16
2.6	Karakteristik Proyek	16
2.7	Sistem Manajemen	16
2.8	Perangkat Manajemen	17
2.8.1	Manajemen Pemasaran dan Penjualan	17
2.8.2	Manajemen <i>Research and Development (RnD)</i> dan Pembelian	17
2.8.3	Manajemen Operasional	18
2.8.4	Manajemen <i>Accounting</i> dan <i>Finance</i>	19
2.9	Peran Manajemen Puncak	19
2.10	Komunikasi Antar Manajemen dan Pihak Ketiga	19

BAB III	RENCANA PROYEK	
3.1	Ringkasan tentang Ruang Lingkup	21
3.1.1	Esensi Proyek	21
3.1.2	Batas Proyek	21
3.1.3	Tujuan	22
3.1.4	Waktu	22
3.1.5	Kualitas	23
3.2	Dokumen yang Diperlukan	23
3.2.1	Denah	23
3.2.2	Perijinan dan Sertifikasi	26
3.2.3	Mesin dan Pakaian Tenaga Produksi	28
3.2.4	<i>Milestone</i>	30
3.3	Rencana Kontrak	31
3.4	Rencana Kerja	33
3.4.1	Rencana Kerja secara Umum	33
3.4.2	Rencana Kerja Divisi Pemasaran dan Penjualan	34
3.4.3	Rencana Kerja Divisi <i>Research and Development</i> dan Pembelian	35
3.4.4	Rencana Kerja Divisi Operasional	36
3.4.5	Rencana Kerja Divisi <i>Accounting</i> dan <i>Finance</i>	37
3.5	Standar dan Prosedur	38
3.5.1	SOP Departemen Pemasaran dan Penjualan	38
3.5.2	SOP Departemen <i>Research and Development</i> dan Pembelian	39
3.5.3	SOP Departemen Operasional	41
3.5.4	SOP Departemen <i>Accounting</i> dan <i>Finance</i>	45
3.6	Sistem <i>Budget</i> dan Pengendalian Biaya	46
3.7	Struktur Pemilihan Proyek	49
3.7.1	Lokasi dan Bangunan	49
3.7.2	<i>Porter's Five Forces Analysis</i>	50
3.7.3	Analisis Pesaing	53
3.7.4	Analisis SWOT	54
3.7.5	<i>Marketing Mix</i>	57
3.7.6	<i>Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)</i>	58
3.7.7	Analisis Kelayakan Bisnis	60
3.8	Peralatan dan Material	63

3.9	Rencana Manajemen	66
3.10	Komunikasi	70
BAB IV PENUTUP		
4.1	Kesimpulan	72
4.2	Estimasi Keberhasilan dan Alasannya	73
4.3	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2.1	Denah Bangunan	24
Gambar 3.2.2	Contoh NIB	26
Gambar 3.2.3	Contoh Sertifikat CPKB	26
Gambar 3.2.4	Mesin dan Pakaian Tenaga Produksi	29
Gambar 3.7.1	Rencana Lokasi PT Asia Chemie Indonusa	49
Gambar 3.7.2	<i>Porter's Five Forces</i>	50
Gambar 3.9.1	Struktur Organisasi	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1	<i>Business Model Canvass</i> PT Asia Chemie Indonusa	13
Tabel 3.2.5	<i>Milestone</i> Kegiatan PT Asia Chemie Indonusa	30
Tabel 3.6.1	Kebutuhan Modal Awal PT Asia Chemie Indonusa	46
Tabel 3.6.2	<i>Ownership</i> (Kepemilikan)	49
Tabel 3.7.3	Analisis Pesaing	53
Tabel 3.7.4	Proyeksi Laba Rugi	60
Tabel 3.7.5	Hasil Perhitungan NPV	61
Tabel 3.7.6	Hasil Perhitungan <i>Payback Period</i>	62
Tabel 3.7.7	Hasil Perhitungan <i>Internal Rate of Return</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Gambar Laboratorium PT Asia Chemie Indonusa	76
Lampiran 2	Gambar saat produksi proses filling	76
Lampiran 3	Gambar contoh produk yang dihasilkan	77