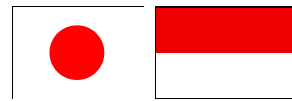
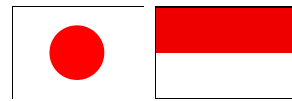


# Memikirkan Strategi Usaha di Indonesia dengan Value Chain





- Rencana usaha jangka panjang dibutuhkan mutlak dalam pelaksanaan usaha di Indonesia juga.
- Menggunakan suatu Framework sangat penting jika merencanakan usaha jangka panjang.
- Value Chain adalah salah satu konsep sebagai framework.
- Seminar ini memaparkan cara memikirkan strategi usaha sesuai dengan proses yang membuat struktur Value Chain.



## A) Apa itu Value Chain

## B) Perencanaan strategi Value Chain

### I. Marketing

1. Analyze
2. Create
3. Launch

### II. R&D

1. Research
2. Design
3. Integrate

### III. CRM

1. Relate
2. Sale
3. Contract

### IV. SCM

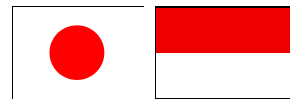
1. Source
2. Make
3. Deliver

## C) Daftar diagnose Value Chain

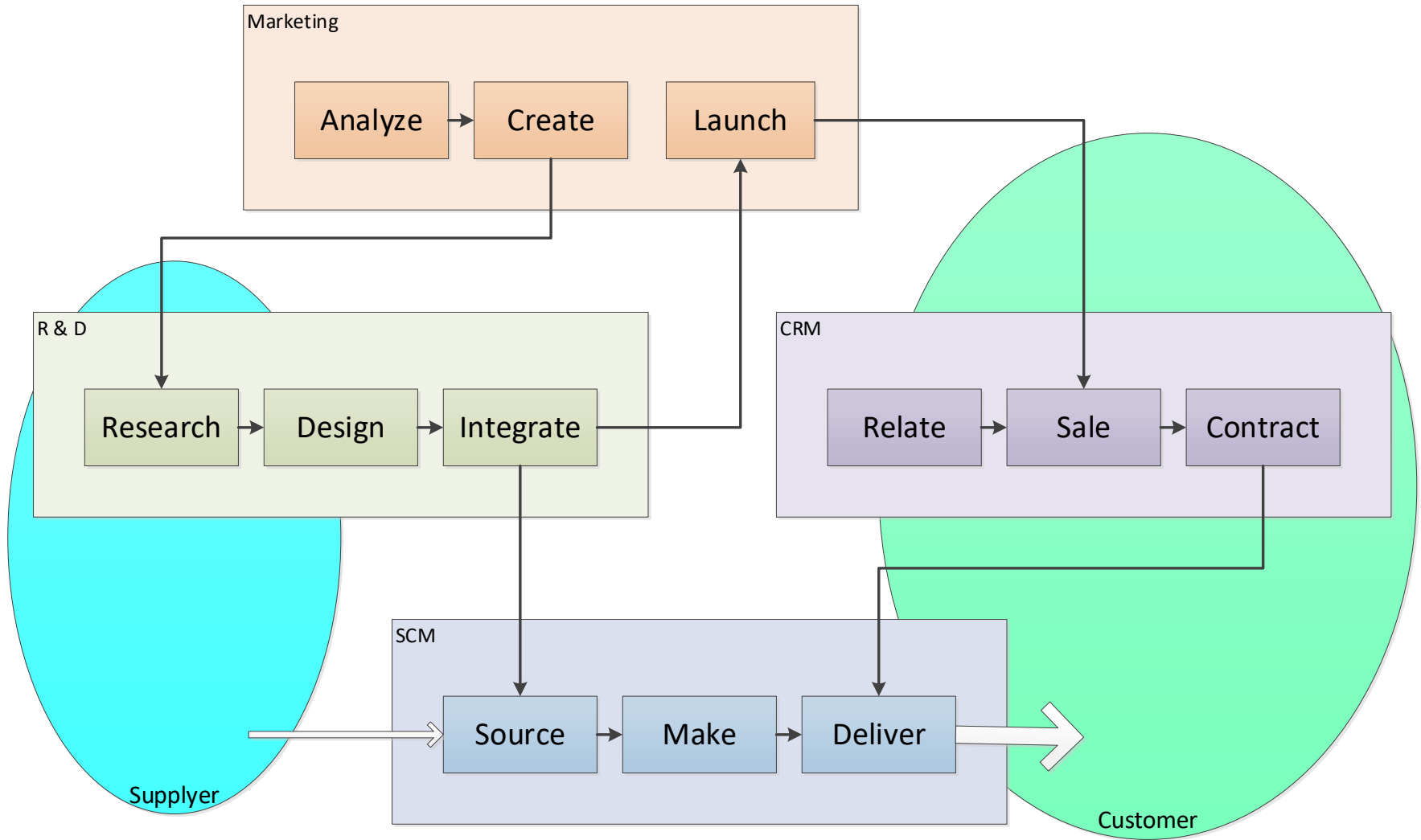
## D) Perencanaan usaha dengan strategi Value Chain

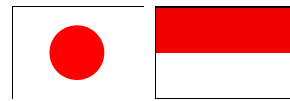


# A) Apa itu Value Chain



Over View of Value Chain Process Concept



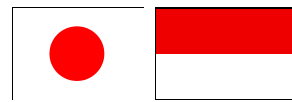


- I. Marketing
- II. R&D
- III. CRM
- IV. SCM

## **B) PERENCANAAN STRATEGI VALUE CHAIN**



# I.-1. Marketing ▪ ① Analyze



## 1. Analisis Produk

- Tugas : Menganalisa produk seperti apa bakal dijual.
- Petunjuk : Menganalisa kemauan pelanggan, rangkaian produk kini, keunggulan dari produk bersaing, daya pengembangan produk, kecenderungan bidang usaha masa depan.

## 2. Analisis Pasar

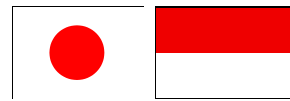
- Tugas : Menganalisa pasar apa bakal diincar.
- Petunjuk : Menganalisa skala pasar, daya beli, nilai produk bersaing, daya merek, hakekat aliran penjualan.

## 3. Analisis Tingkat Harga

- Tugas : Menganalisa dimana tingkat harga bakal ditetapkan.
- Petunjuk : Menganalisa kepuasan pelanggan tentang harga, harga produk bersaing dan harga pasar, struktur harga dalam aliran penjualan, diskon harga pasar dan patukan diskon, kala perubahan harga.

## 4. Analisa Kegiatan Promosi

- Tugas : Menganalisa bagaimana kegiatan promosi bakal dilaksanakan.
- Petunjuk : Menganalisa pengaruh dari iklan medsos, pengaruh dari penjualan online, pengaruh dari kampanye penjualan, tata ruang dan desain toko, kemasan produk.



## 1. Penciptaan Produk

- Tugas : Menentukan produk apa bakal diciptakan.
- Petunjuk : Menciptakan produk dari kemauan pelanggan, Menggolongkan rangkaian produk kini, Mengwujudkan keunggulan dari produk bersaing, memperkuat daya pengembangan produk, menciptakan produk dari kecenderungan bidang usaha masa depan.

## 2. Penciptaan Pasar

- Tugas : Menentukan pasar apa bakal diciptakan.
- Petunjuk : Menentukan target penguasaan pasar, area pelanggan berdaya beli, titik persaingan dengan produk bersaing, cara menunjukan merek, aluran penjualan.

## 3. Penciptaan Tingkat Harga

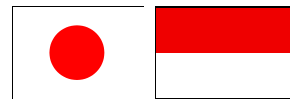
- Tugas : Menentukan tingkat harga apa bakal diciptakan.
- Petunjuk : Menetapkan harga dipuaskan oleh pelanggan, selisih harga dengan produk bersaing, struktur harga di aluran penjualan, diskon harga pasar dan patukan diskon, kala perubahan harga.

## 4. Penciptaan Kegiatan Promosi

- Tugas : Menentukan kegiatan promosi apa bakal diciptakan.
- Petunjuk : Merancang iklan medsos, penjualan online, kampanye penjualan, tata ruang dan desain toko, kemasan produk.



# I.-2. Marketing ▪ ③ Launch



## 1. Peluncuran Produk

- Tugas : Menentukan produk apa bakal diluncurkan.
- Petunjuk : Sesuai dengan kemauan pelanggan, sesuai dengan rangkaian produk kini, lebih unggul dari produk Bersain, daya pengembangan produk lebih diperkuat, sesuai dengan kecenderungan bidang usaha.

## 2. Peluncuran Pasar

- Tugas : Menentukan bakal diluncurkan ke pasar apa.
- Petunjuk : Bisa menguasai pasar, bisa mengincar golongan pelanggan berdaya beli, titik persaingan pantas, cara penampakan merek pantas, aluran penjualan berfungsi.

## 3. Peluncuran Tingkat Harga

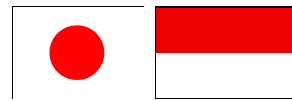
- Tugas : Menentukan tingkat harga.
- Petunjuk : pelanggan puas dengan harga, Selisih harga dengan produk bersaing pantas, struktur harga di aluran penjualan pantas, diskon harga pasar dan patukan diskon pantas, kala perubahan harga pantas.

## 4. Peluncuran Kegiatan Promosi

- Tugas : Menentukan kegiatan promosi.
- Petunjuk : Iklan medsos berhasil, penjualan online berhasil, kampanye penjualan berhasil, tata ruang dan desain toko pantas, kemasan produk pantas.



# II.-1.R&D ▪ ① Research



## 1. Kepastian Kebutuhan

- Tugas : Menerima kebutuhan penelitian, dan mempertimbangkan kelengkapan spek dan keberlakuan kebutuhan.
- Petunjuk : Digitalisasi data sebanyak mungkin untuk menghemat waktu dan biaya.

## 2. Jadwal Waktu

- Tugas : Membuat jadwal waktu pemasokan masing-masing bahan dan teknologi.
- Petunjuk : Digitalisasi data sebanyak mungkin untuk menghemat waktu dan biaya.

## 3. Pengadaan Bahan

- Tugas : Memesan dan menerima bahan dan teknologi.
- Petunjuk : Memasok langsung ke tempat penggunaan tanpa pemeriksaan.

## 4. Kepastian Penyesuaian

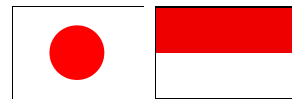
- Tugas : Memastikan produk sesuai dengan kebutuhan dan standar.
- Petunjuk : Pemasok ikut serta ujian dan penukaran di tempat penggunaan.

## 5. Dokumentasi

- Tugas : Dokumentasikan bahan penelitian dan spek yang tersedia.
- Petunjuk : Mengajukan langsung ke tempat penggunaan Bersama barang.



# II.-2.R&D ▪ ② Design



## 1. Konfirmasi Persyaratan

- Tugas : Menerima permintaan desain dan meninjau detail spesifikasi.
- Petunjuk : Perluas kemampuan teknologi bersamaan dan kurangi waktu respons terhadap perubahan desain.

## 2. Jadwal

- Tugas : Menjadwalkan eksekusi prototipe desain individu.
- Petunjuk : Membangun sistem kolaboratif untuk pengembangan bersama dengan pemasok.

## 3. Desain Produk

- Tugas : Lanjutkan dengan desain dan rangkaian pekerjaan validasi.
- Petunjuk : Memanfaatkan Teknologi Komputer untuk Simulasi dan Pembuatan Prototipe Virtual.

## 4. Tes prototipe

- Tugas : Prototipe dan serangkaian tes di ruang prototipe.
- Petunjuk : Memanfaatkan teknologi pembuatan model 3D untuk pengembangan prototipe dan pembuatan model digital.

## 5. Dokumentasi

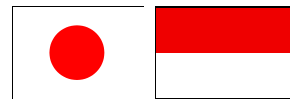
- Tugas : Pembuatan prototipe dokumen dan hasil pengujian.
- Petunjuk : Memberikan laporan pengujian terkini melalui portal.

## 6. Penerbitan Gambar

- Tugas : Publikasikan gambar, spesifikasi, dll.
- Petunjuk : Atur pertemuan untuk mempertimbangkan potensi masalah setelah memasuki produksi massal.



## II.-3.R&D ▪ ③ Integrate



### 1. Konfirmasi Persyaratan

- Tugas: Menerima, mencatat, dan menetapkan nomor proyek.
- Petunjuk: Berbagi data secara digital antar pemangku kepentingan untuk mengurangi waktu siklus dan biaya.

### 2. Jadwal

- Tugas: Buat jadwal aktivitas dan alokasikan sumber daya berdasarkan persyaratan.
- Petunjuk: Memecah spesifikasi menjadi produk, sistem, dan subsistem.

### 3. Pengiriman Persyaratan

- Tugas: Menyampaikan persyaratan ke departemen teknis dan penelitian yang relevan.
- Petunjuk: Berbagi data secara digital antar pemangku kepentingan untuk mengurangi waktu siklus dan biaya.

### 4. Konfirmasi Teknologi Baru

- Tugas: Mengidentifikasi dan mendapatkan teknologi baru yang diperlukan untuk persyaratan dan spesifikasi produk.
- Petunjuk: Jadikan seluruh data teknis internal Anda dapat diakses.

### 5. Persiapan untuk Manufaktur

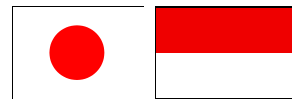
- Tugas: Menetapkan standar pengujian, persyaratan lingkungan, dan proses pembuangan untuk pembuatan atau sumber barang.
- Petunjuk: Berbagi data secara digital antar pemangku kepentingan untuk mengurangi waktu siklus dan biaya.

### 6. Produksi percontohan

- Tugas: Menghasilkan produk percontohan untuk memastikan bahwa fungsionalitas produk memenuhi persyaratan.
- Petunjuk: Pasang peralatan produksi untuk fleksibilitas maksimum dan hindari waktu henti lini produksi<sup>1</sup>



# III.-1.CRM ▪ ①Relate



## 1. Mengidentifikasi calon pelanggan

- Tugas : Identifikasi agen dalam data pelanggan yang dapat menangani produk yang terpengaruh.
- Petunjuk : Data pelanggan didigitalkan daripada berbasis kertas dan diperbarui secara berkala.

## 2. Mengidentifikasi prospek penjualan

- Tugas : Mengidentifikasi minat pelanggan berdasarkan informasi terbaru dari pelanggan yang teridentifikasi.
- Petunjuk : Data pelanggan mencerminkan hasil kunjungan dari waktu ke waktu.

## 3. Segmentasikan pelanggan

- Tugas : Prioritaskan calon pelanggan.
- Petunjuk : Definisi prioritas pada dasarnya ditetapkan.

## 4. Pelanggan Target yang Memenuhi Syarat

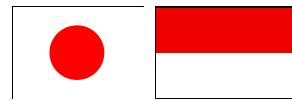
- Tugas : Dapatkan persetujuan lintas pemangku kepentingan untuk calon pelanggan yang diprioritaskan.
- Petunjuk : Hilangkan kepentingan pribadi dan spekulasi sebanyak mungkin.

## 5. Pengumpulan informasi pelanggan

- Tugas : Periksa kembali pembaruan tentang calon pelanggan yang memenuhi syarat.
- Petunjuk : Perhatikan data pelanggan terbaru yang telah berubah signifikan dari yang sebelumnya.



## III.-2.CRM ▪ ②Sale



### 1. Menilai Kebutuhan dan Harapan

- Tugas : Kunjungi pelanggan untuk mendengar dan mengevaluasi ekspektasi mereka terhadap produk tersebut.
- Petunjuk : Ekspektasi diklasifikasikan menjadi harga, kualitas, fitur, waktu pengiriman, dll.

### 2. Proposal Solusi

- Tugas : Jelaskan bagaimana produk memenuhi harapan pelanggan.
- Petunjuk : Siapkan pengetahuan dan alat untuk segera menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan.

### 3. Kegiatan penjualan

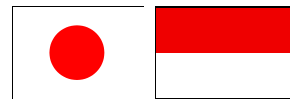
- Tugas : Menerima komitmen dari pelanggan bahwa mereka ingin melakukan pemesanan.
- Petunjuk : Buat memo kontrak tentatif singkat tidak hanya secara lisan tetapi juga sebelum menandatangani kontrak.

### 4. Mencatat hasil aktivitas penjualan

- Tugas : Konfirmasi dan konversi informasi yang diperlukan untuk pembuatan kontrak menjadi data.
- Petunjuk : Konten data disatukan dan dibagikan di dalam perusahaan.



# III.-3.CRM ▪ ③ Contract



## 1. Konfirmasi Kecukupan

- Tugas : Pastikan barang dan jumlah yang diinginkan pelanggan dapat dikirimkan.
- Petunjuk : Status inventaris dan jadwal produksi dapat dicek sebagai data terbaru kapan saja di terminal online.

## 2. Konfirmasi tanggal pengiriman yang diinginkan pelanggan

- Tugas : Memastikan pelanggan dapat memenuhi tenggat waktu yang diinginkan.
- Petunjuk : Status inventaris dan jadwal produksi dapat dicek sebagai data terbaru kapan saja di terminal online.

## 3. Negosiasi Harga

- Tugas : Menegosiasikan dan menyelesaikan harga berdasarkan diskon volume dan ketentuan pembayaran.
- Petunjuk : Siapkan harga dan ketentuan diskon sebagai alat terlebih dahulu.

## 4. Konfirmasi Pemrosesan Pengembalian

- Tugas : Menyetujui persyaratan dan rute pengembalian dengan pelanggan.
- Petunjuk : Tetapkan peraturan terlebih dahulu, seperti persetujuan sebelumnya, petugas pengambilan, penjualan kembali setelah perbaikan, dan tanggung biaya.

## 5. Negosiasi kompensasi produk

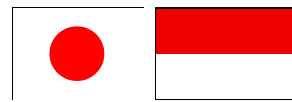
- Tugas : Setuju dengan pelanggan tentang ruang lingkup dan ketentuan penggantian gratis atau perbaikan gratis produk yang cacat.
- Petunjuk : Tentukan secara rinci masa garansi dan ruang lingkup terlebih dahulu.

## 6. Penandatanganan kontrak dasar

- Tugas : Menandatangani kontrak penjualan dengan pelanggan.
- Petunjuk : Mematuhi templat kontrak yang dikeluarkan oleh lembaga publik tanpa kelalaian.



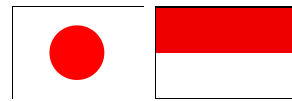
# IV.-1.SCM ▪ ①Source



1. **Perencanaan jadwal pengiriman**
  - Tugas : Kembangkan jadwal pengiriman harian untuk bahan, suku cadang, dan produk yang dipesan.
  - Petunjuk : Petunjuk pengiriman menggunakan Kanban.
  
2. **Penerimaan Kiriman**
  - Tugas : Terima pengiriman dari pemasok.
  - Petunjuk : Identifikasi pengiriman dengan kode batang atau kode QR.
  
3. **Persetujuan Hasil Kiriman**
  - Tugas : Pastikan pengiriman dari pemasok memenuhi persyaratan yang ditentukan.
  - Petunjuk : Kurangi atau hilangkan inspeksi penerimaan melalui sistem sertifikasi pemasok.
  
4. **Transfer Hasil Kiriman**
  - Tugas : Pindahkan pengiriman yang disetujui ke lokasi yang ditentukan.
  - Petunjuk : Kirimkan bahan langsung ke gudang atau lokasi manufaktur untuk mengurangi biaya dan waktu siklus.
  
5. **Persetujuan Pembayaran kepada Pemasok**
  - Tugas : Menyetujui pembayaran kepada pemasok berdasarkan persetujuan pengiriman.
  - Petunjuk : Perkenalkan pemrosesan faktur elektronik.



## IV.-2.SCM ▪ ②Make



### 1. Perencanaan Jadwal Produksi

- Tugas : Merumuskan jadwal produksi untuk setiap item, proses, dan lini setiap hari.
- Petunjuk : Merumuskan jadwal untuk meminimalkan biaya peralihan item.

### 2. Masukan bahan produksi

- Tugas : Bahan baku dan bahan lain yang diperlukan untuk kegiatan produksi ke dalam proses produksi.
- Petunjuk : Secara strategis memiliki stok pengaman untuk bahan baku, komponen, atau produk setengah jadi tertentu.

### 3. Manufaktur & Pengujian

- Tugas : Proses dari bahan baku hingga keadaan setengah jadi, dan uji sebelum selesai.
- Petunjuk : Kurangi tugas non-nilai tambah seperti waktu tunggu, waktu perjalanan, dan waktu penyiapan.

### 4. Kemasan

- Tugas : Pengepakan, pembersihan, dan sterilisasi untuk dijual.
- Petunjuk : Operasi pengemasan diintegrasikan ke dalam proses manufaktur.

### 5. Penyimpanan sementara produk jadi

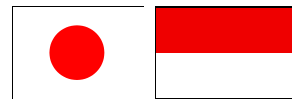
- Tugas : Simpan sementara produk yang dikemas hingga dipindahkan ke lokasi pengiriman yang tertunda.
- Petunjuk : Mendukung juga pengiriman langsung dari pabrik ke pelanggan / saluran penjualan.

### 6. Transfer ke Departemen Pengiriman

- Tugas : Siapkan dokumen yang diperlukan untuk pengiriman dan transfer ke departemen pengiriman dan catat di akun produk.
- Petunjuk : Mendukung juga sertifikasi seperti tindakan lingkungan dan bahan berbahaya.



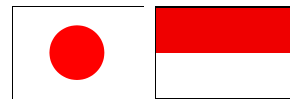
# IV.-3.SCM ▪ ③ Deliver



1. **Pertanyaan dan Penawaran**
  - Tugas : Jawab pertanyaan dari pelanggan dengan penawaran.
  - Petunjuk : Dilengkapi dengan alat untuk segala hal mulai dari alokasi inventaris yang efektif hingga pembuatan penawaran.
2. **Masukan Penerimaan**
  - Tugas : Masukkan pesanan dari pelanggan ke dalam sistem manajemen pesanan.
  - Petunjuk : Aktifkan pemrosesan pelanggan dengan entri pesanan jarak jauh.
3. **Jawaban waktu pengiriman**
  - Tugas : Tetapkan inventaris ke pesanan pelanggan dan tanggap tanggal pengiriman.
  - Petunjuk : Tetapkan fungsi reservasi inventaris prioritas untuk pelanggan utama.
4. **Pernecanaan Pengiriman**
  - Tugas : Gabungkan beberapa pesanan, buat rencana pengiriman yang efisien, dan pilih pengangkut.
  - Petunjuk : Pesanan agregat berdasarkan pelanggan, pemasok, rute transportasi, operator, dll.
5. **Persiapan produk**
  - Tugas : Identifikasi produk yang perlu dikirim, satukan kemas jika perlu, dan kumpulkan dokumen pengiriman.
  - Petunjuk : Optimalkan waktu dan pekerjaan pengambilan dengan memanfaatkan gudang otomatis.
6. **Pengiriman Produk**
  - Tugas : Mengirimkan produk kepada pelanggan.
  - Petunjuk : Merancang agregasi dan kombinasi produk di gudang perantara.
7. **Penerimaan produk**
  - Tugas : Konfirmasikan penerimaan produk oleh pelanggan dan lakukan pekerjaan pemasangan jika perlu.
  - Petunjuk : Kondisi seperti biaya pemasangan dan waktu tunggu pemasangan harus didokumentasikan terlebih dahulu.
8. **Permintaan Pembayaran**
  - Tugas : Kirimkan konfirmasi tanda terima dari pelanggan ke departemen akuntansi dan lanjutkan dengan prosedur penagihan.
  - Petunjuk : EDI dan EFT (transfer uang elektronik) akan digunakan untuk mempercepat penagihan piutang dan mengurangi biaya pemrosesan.



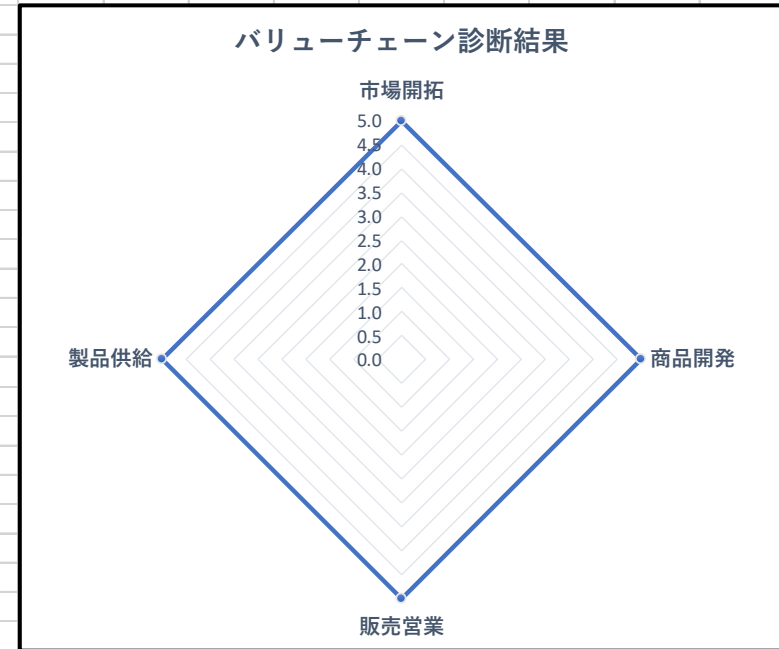
# C) Daftar diagnose Value Chain



Diagnosis dibuat untuk setiap bidang, proses, dan tugas, dan hasilnya dianalisis dan dievaluasi pada grafik radar.

分野	プロセス	業務	診断結果 無し:0 有り:1					小計
			担当人材	業務経験	ノウハウ	インフラ	業績貢献	
市場開拓	分析	商品分析	1	1	1	1	1	5
		市場分析	1	1	1	1	1	5
		価格帯分析	1	1	1	1	1	5
		販促活動分析	1	1	1	1	1	5
	創造	商品創造	1	1	1	1	1	5
		市場創造	1	1	1	1	1	5
		価格帯創造	1	1	1	1	1	5
		販促活動創造	1	1	1	1	1	5
	打ち出し	商品打ち出し	1	1	1	1	1	5
		市場打ち出し	1	1	1	1	1	5
		価格帯打ち出し	1	1	1	1	1	5
		販促活動打ち出し	1	1	1	1	1	5
	合計			12	12	12	12	12
平均点								5.0
商品開発	調査	要件確認	1	1	1	1	1	5
		スケジュール	1	1	1	1	1	5
		材料調達	1	1	1	1	1	5
		適合判断	1	1	1	1	1	5
		文書化	1	1	1	1	1	5
	設計	要件確認	1	1	1	1	1	5
		スケジュール	1	1	1	1	1	5
		商品設計	1	1	1	1	1	5
		試作試験	1	1	1	1	1	5
	仕上	文書化	1	1	1	1	1	5
		図面発行	1	1	1	1	1	5
		要件確認	1	1	1	1	1	5
		スケジュール	1	1	1	1	1	5
	製造準備	要件配信	1	1	1	1	1	5
		新技術確認	1	1	1	1	1	5
		製造準備	1	1	1	1	1	5
		パイロット生産	1	1	1	1	1	5
		合計		17	17	17	17	17
	平均点							

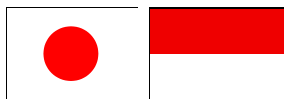
市場開拓	商品開発	販売営業	製品供給
5.0	5.0	5.0	5.0



Daftar diagnose Value Chain



# D) Perencanaan usaha dengan strategi Value Chain



1. Berdasarkan hasil analisis daftar diagnostik rantai nilai, lakukan [SWOT Cross Analyze](#), Kembangkan strategi.
2. Menerapkan langkah-langkah untuk mewujudkan strategi ini dalam rencana bisnis lima tahun.

		OPPORTUNITY 機会		THREAT 脅威	
	Market 市場開拓	•	•	Market 市場開拓	•
	R&D 商品開発	•	•	R&D 商品開発	•
	CRM 顧客管理	•	•	CRM 顧客管理	•
	SCM 製造販売	•	•	SCM 製造販売	•
	Financial 財務	•	•	Financial 財務	•
	HRD 人材	•	•	HRD 人材	•
STRENGTH 強み		Strategy for Utilizing Strength 強みを生かす戦略		Strategy for Minimizing Threat 脅威を最小化する戦略	
Market 市場開拓	•				
R&D 商品開発	•				
CRM 顧客管理	•				
SCM 製造販売	•				
Financial 財務	•				
HRD 人材	•				
WEAKNESS 弱み		Strategy for Overcoming Weakness 弱みを克服する戦略		Strategy for Risk and Crisis 危険・危機における戦略	
Market 市場開拓	•				
R&D 商品開発	•				
CRM 顧客管理	•				
SCM 製造販売	•				
Financial 財務	•				
HRD 人材	•				

