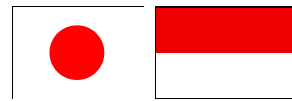


Merumuskan strategi untuk rencana bisnis jangka menengah

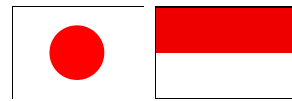




Ringkasan Seminar



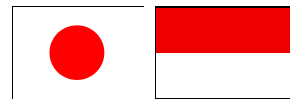
- Pada paruh pertama dokumen tentang [cara menyiapkan rencana bisnis lima tahun](#) untuk pabrik Indonesia, kami menjelaskan item yang harus disertakan. [Rencana bisnis 5 tahun](#)
- Seminar ini membahas tema perspektif strategis apa yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan Jepang untuk berhasil di pasar Indonesia.
- Kami telah memperkenalkan hampir 200 seminar tentang tema sejauh ini, tetapi kami telah menjadikannya puncak atau ringkasan menengah dari mereka. [Daftar Seminar](#)
- Kami berharap ini akan membantu Anda memahami strategi seperti apa yang harus kami gunakan untuk menantang pasar Indonesia yang menjanjikan.



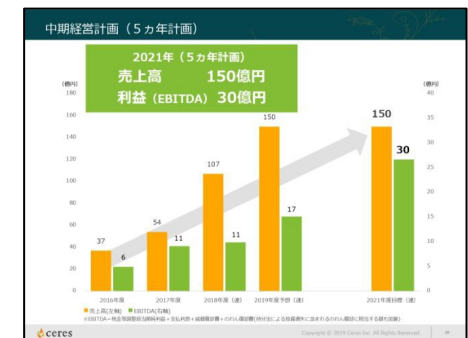
1. Motivasi untuk bisnis
2. Deskripsi Bisnis
 - ① Konten Produk dan Layanan
 - ② Ukuran pasar dan potensi pertumbuhan
 - ③ Target Pelanggan dan Kebutuhan Pelanggan
 - ④ Daya saing
 - ⑤ Ikhtisar situs
3. Kegiatan penjualan
 - ① Kebijakan Dasar Kegiatan Penjualan
 - ② Pandangan keseluruhan distribusi dan logistik komersial
 - ③ Pemasaran
4. Kegiatan pembelian dan produksi
5. Layanan purna jual
 - ① Garansi & Pemeliharaan Produk
 - ② Tanggapan Keluhan Pelanggan
6. Perencanaan personel
 - ① Tantangan dan Penanggulangan Sumber Daya Manusia
 - ② Perencanaan biaya organisasi, personel, dan personel
 - ③ Rencana rekrutmen
7. Risiko dan penanggulangan yang diperkrakan



1. Motivasi untuk bisnis

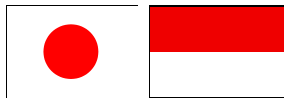


- Sejarah dunia modern dan kontemporer membuktikan bahwa perkembangan suatu bangsa didasarkan pada pertumbuhan ekonomi moderat di bawah inflasi yang tepat sebesar beberapa persen.
- Dalam situasi pembangunan seperti itu sebagai sebuah negara, jika sebuah perusahaan tidak dapat menanggung perkembangannya, ia dapat menurun dan berakhir dengan kebangkrutan.
- Jika perkembangan seperti itu tidak dapat diharapkan di Jepang, kita harus mencari peluang bisnis di negara lain di mana pembangunan dapat diharapkan.
- Ketika berpikir tentang pengembangan bisnis di Indonesia, kita cenderung mempertimbangkan hal-hal seperti terjadi untuk melakukan pertanyaan, diundang oleh mitra bisnis di Jepang, atau berpikir bahwa produk ini kemungkinan besar akan terjual.
- Namun, perlu ditentukan secara kualitatif dan kuantitatif apakah bisnis di pasar Indonesia ini dapat mengendarai tren utama pertumbuhan ekonomi setidaknya lima tahun ke depan.
- Hanya ketika itu ditentukan, itu dapat disebut "motivasi".
- Slide Terkait: [Apa motivasi masuk ke Indonesia?](#)

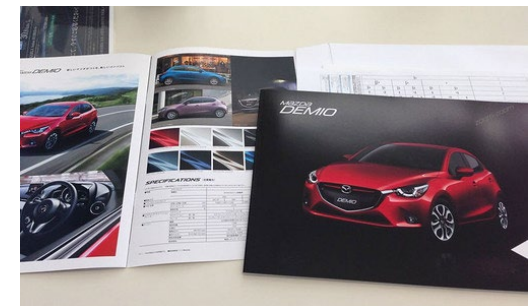




2. Deskripsi bisnis - (1) Konten produk dan layanan

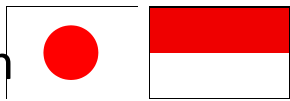


- Bahkan jika Anda menjual produk yang sama persis dengan yang dijual di Jepang di Indonesia, Anda perlu mempertimbangkan situasi lokal.
- Nama produk: Kata benda umum harus ditulis dalam bahasa Indonesia, tetapi kata benda yang tepat dapat digunakan dalam bahasa Inggris, bahasa Jepang Romanisasi.
- Spesifikasi: Klarifikasi bahwa mendukung izin dan persetujuan khusus untuk Indonesia, seperti catu daya, standar keselamatan SNI, sertifikasi halal, sertifikasi makanan dan obat-obatan, dll.
- Fungsi: Mengklarifikasi bahwa tidak ada masalah dalam penggunaan atau konsumsi di iklim hutan hujan tropis.
- Harga: Diatur untuk memperhitungkan kenaikan atau penurunan biaya karena fluktuasi nilai tukar, tingkat inflasi, dan dampak suku bunga bank.
- MOQ: Singkatan dari Minimum Order Quantity, yang ditetapkan dengan premis bahwa itu akan berbasis kontainer, terutama untuk barang impor.
- Slide Terkait [Metode pengembangan pasar khusus industri di Indonesia](#)





2. Deskripsi bisnis - (2) Ukuran pasar dan potensi pertumbuhan



- Berdasarkan tren ukuran pasar selama 10 tahun terakhir, kami memprediksi pertumbuhan di masa depan, menentukan berapa persentase pasar yang dapat dikendalikannya, dan apakah dapat didirikan sebagai bisnis pada skala tersebut.
- Anda dapat mencari data untuk industri yang relevan di situs web [asosiasi perdagangan](#) di bawah payung Kamar Dagang dan Industri Indonesia.
- Anda dapat mencari data yang berlaku dari berbagai data statistik yang diterbitkan oleh [Pusat Statistik Indonesia](#).
- Pada tahap ini, jika Anda tidak dapat mengharapkan ukuran pasar yang sepadan dengan investasi Anda, Anda harus dengan anggun meninggalkan bisnis ini.
- Slide Terkait [Ukuran Pasar Indonesia berdasarkan Industri](#)





2. Deskripsi Bisnis-(3) Target Pelanggan dan Kebutuhan Pelanggan

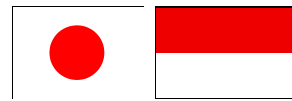


- Jika Anda menargetkan pasar massal tertentu, Anda harus menargetkan wilayah Jabodetabek, yang disebut wilayah JaBoDeTaBek (Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi), di mana lebih dari 10% dari total populasi terkonsentrasi.
- Sebaliknya, jika Anda menginginkan keragaman dalam target Anda, Anda harus menargetkan kota-kota besar di setiap pulau.
- Bagi masyarakat Jepang yang terbiasa dengan lingkungan satu etnis, tidak mudah untuk memahami beragam kebutuhan pasar Indonesia, seperti iklim, etnis, agama, sejarah, pola makan, dan gaya hidup.
- Slide Terkait [Apakah produk tersebut dijual di Indonesia?](#)
[Ide Menarik Pasar Samudera Biru di Indonesia](#)
[Peringkat mendalam berdasarkan propinsi untuk perusahaan Jepang](#)
[Informasi dasar tentang 21 kota besar di Indonesia](#)





2. Deskripsi Bisnis - (4) Kompetisi



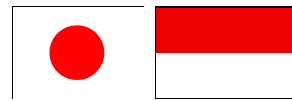
- Penting untuk melakukan penelitian menyeluruh tentang produk dan layanan yang serupa atau bersaing dari produk dan layanan yang Anda rencanakan untuk dipasarkan.
- Yang paling penting adalah mengunjungi pameran industri, pusat perbelanjaan, department store, pasar, dll., dan memeriksa dengan panca indera Anda sendiri.



- Ada banyak situs belanja online di Indonesia, sehingga penting untuk mengumpulkan informasi di sana.
- Penting juga untuk mencari yang relevan di antara berbagai data statistik yang diterbitkan oleh [Pusat Statistik Indonesia](#).
- Berbagai iklan yang ditayangkan oleh stasiun TV swasta di Indonesia juga membantu.
- Iklan yang diunggah oleh influencer media sosial seperti TikTok dan Instagram juga membantu.
- Slide Terkait [Metode pengembangan pasar khusus industri di Indonesia](#)



2. Deskripsi Bisnis - (5) Ikhtisar situs

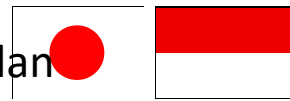


- Ada beberapa cara untuk mengembangkan bisnis di Indonesia, mulai dari impor dan penjualan hingga produksi dan penjualan lokal.
- Dalam mengembangkan proyek ini, perlu dipertimbangkan metode berisiko rendah dan pengembalian tinggi mana yang dari berbagai perspektif menggunakan analisis SWOT dan cara lainnya.
- Slide Terkait [Delapan Cara Memperluas Bisnis di Indonesia](#)
[Cara membuat anak perusahaan Indonesia yang sukses](#)
[Pembangunan pabrik di Indonesia yang tidak gagal](#)
[Cara menemukan pabrik sewa yang bagus](#)
[Cara menemukan situs pabrik yang bagus](#)
[Bagaimana memilih kawasan industri yang baik](#)
[Peraturan perundang-undangan terkait pabrik berikut](#)





3. Kegiatan penjualan - (1) Kebijakan dasar untuk kegiatan penjualan



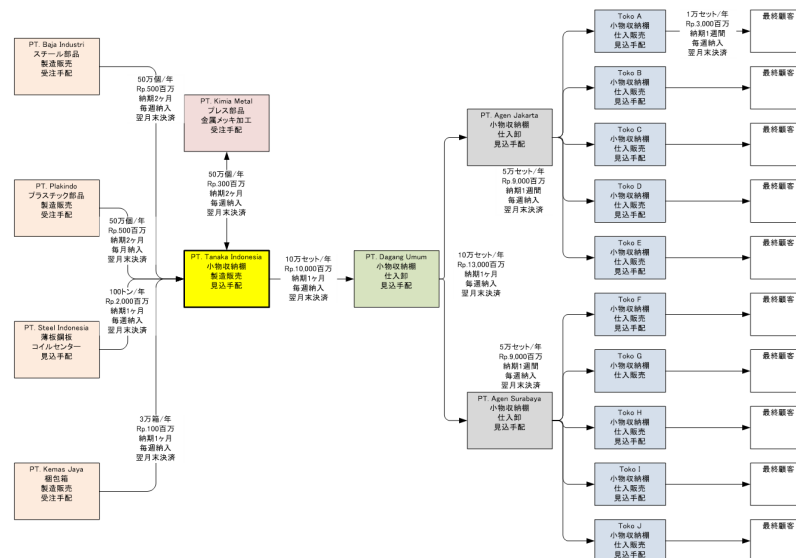
- Dengan perkembangan Internet, banyak metode komunikasi non-tatap muka dan nyaman tersedia, tetapi saya pikir dasar dari kegiatan penjualan adalah pergi sendiri dan berkomunikasi secara tatap muka.
- Saya tidak bisa tidak menggelengkan kepala saya pada tren baru-baru ini yang mencoba menangani penjualan, negosiasi, dan komunikasi administratif di SNS dengan cara yang sama.
- Selain itu, saya pikir ketentuan kontrak transaksi tidak boleh diselesaikan dengan berkomunikasi di SNS.
- Saya yakin bahwa penjualan dan negosiasi berlangsung langsung, dan kontrak dipertukarkan secara tertulis, yang akan tetap sama di masa depan.
- Slide Terkait [Cara membuat berbagai kontrak bisnis di Indonesia](#)





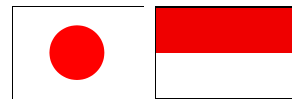
Kegiatan Penjualan - (2) Gambaran keseluruhan distribusi komersial dan logistik

- Anda perlu memvisualisasikan seluruh rantai pasokan, mulai dari bahan baku hingga pelanggan akhir, dan bernegosiasi dengan pemasok dengan waktu pengiriman, inventaris, dan kemampuan untuk menanggapi fluktuasi permintaan dalam setiap proses.
- Jika ada terlalu banyak informasi dan sulit untuk diingat, perlu untuk mengembangkan perangkat lunak yang dapat mencari dari jarak jauh.
- Slide Terkait [Meningkatkan Supply-Chain pabrik Indonesia](#)
[Teknik Peningkatan Supply-Chain untuk Pabrik Indonesia](#)





3. Kegiatan Penjualan - (3) Pemasaran

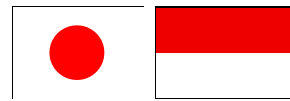


- Perekonomian Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh sekitar 5% per tahun untuk beberapa waktu.
- 60 persen dari PDB Indonesia dihitung oleh permintaan domestik.
- Sekitar 60 juta kelas menengah dari total populasi Indonesia yang berjumlah 270 juta orang mengembangkan pasar konsumen.
- Data tersebut dapat dicari dari berbagai data statistik yang diterbitkan oleh [Pusat Statistik Indonesia](#).
- Kami melakukan analisis ilmiah 4P (Product, Price, Place, Promotion) berdasarkan data.
- Slide Terkait [Metode pengembangan pasar khusus industri di Indonesia](#)
[Strategi promosi penjualan di Indonesia](#)





4. Kegiatan pembelian dan produksi

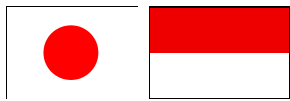


- Salah satu kesulitan saat mengembangkan kegiatan produksi secara lokal adalah pengadaan suku cadang.
- Kami memilih untuk pengadaan suku cadang yang memenuhi biaya, kualitas, dan waktu pengiriman, baik yang diperoleh secara lokal atau diimpor dari luar negeri, tetapi ada batasan lain seperti peraturan impor dan tekanan untuk meningkatkan tarif pengadaan lokal.
- Dengan menggunakan perusahaan outsourcing lokal, dimungkinkan tidak hanya untuk mengurangi biaya, tetapi juga untuk menghindari peraturan impor dan tekanan untuk meningkatkan tarif pengadaan lokal.
- Dengan cara ini, ketika mempertimbangkan struktur kegiatan produksi di Indonesia, kita tidak boleh melupakan tidak hanya biaya, kualitas, dan waktu pengiriman, tetapi juga bagaimana menanggapi peraturan pemerintah.
- Slide Terkait [Bagaimana menghadapi usaha kecil dan menengah di Indonesia](#)
[Temukan perusahaan produksi lokal untuk bahan industri](#)

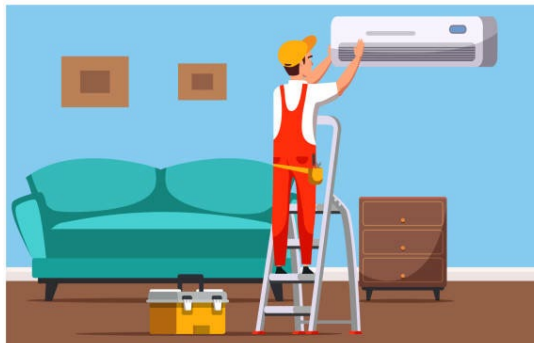




5. Layanan Purna Jual - (1) Garansi Produk, Pemeliharaan

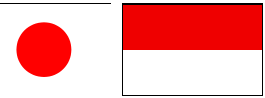


- Selain kualitas dan fungsionalitas produk, pelanggan dan konsumen Indonesia mengharapkan dari merek Jepang, serta tingkat kepercayaan yang tinggi dalam garansi dan pemeliharaan setelah pembelian.
- Sering dikatakan bahwa merek Jepang menginginkan harganya sekitar 10% lebih tinggi jika kualitas dan fungsinya sama, dan tingkat keandalan yang tinggi ini tampaknya berada di balik ini.
- Secara khusus, untuk produk yang terkait dengan infrastruktur dasar kehidupan sehari-hari, ada produk yang memiliki sistem pemeliharaan 24 jam sehari, 365 hari setahun, yang menjauhkan merek lain.
- Penting untuk menegaskan karakteristik dan keunggulan mereka sebanyak mungkin.





5. Layanan purna jual - (2) Menanggapi keluhan pelanggan



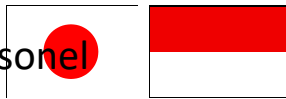
- Premis utamanya adalah menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat, tetapi penting untuk memiliki sistem yang dapat beroperasi dengan biaya terendah dengan menetapkan aturan terlebih dahulu, seperti mengganti produk, mengembalikan barang keluhan, memperbaiki dan menggunakan kembali item keluhan, dan membuang barang keluhan.
- Aturan ini tidak terbatas pada produk yang cacat, tetapi juga mencakup perbaikan surplus dan rutin (MRO: Maintenance, Repair, Overhaul).
- Dalam situasi ini, yang dapat dengan mudah menyebabkan ketidakpuasan dan kemarahan pelanggan, penanganan yang cepat tidak diragukan lagi akan meningkatkan kepercayaan merek.



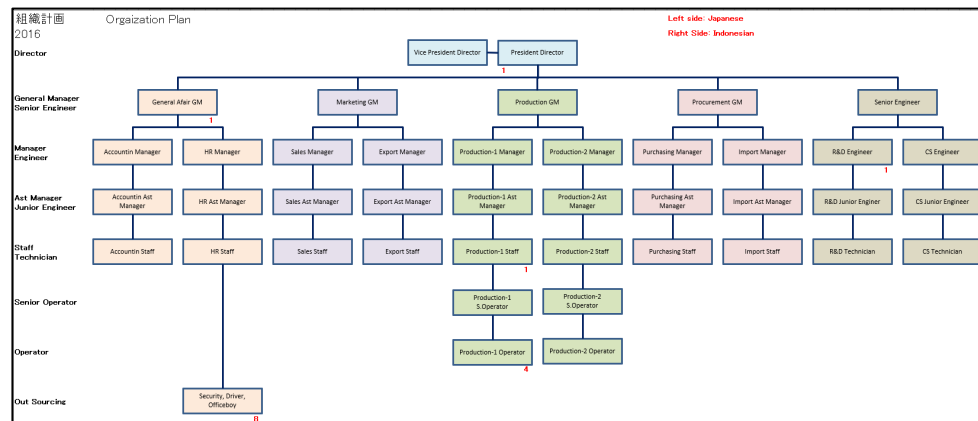


- Delapan puluh tahun telah berlalu sejak kemerdekaan dari koloni Belanda, dan seiring dengan perkembangan ekonomi dan industri, dapat dikatakan bahwa sumber daya manusia di berbagai bidang terus diperkaya.
- Secara khusus, tampaknya sumber daya manusia di bidang penjualan dan manajemen yang telah mendapatkan pengalaman dengan pendidikan tinggi dapat diamankan tanpa mengandalkan orang asing.
- Namun, tampaknya masih perlu waktu untuk pengembangan keterampilan terampil dalam "Monotsukuri" dengan latar belakang tradisi dan adat istiadat yang panjang, dan ada kekhawatiran bahwa ini mungkin menjadi belenggu bagi pengembangan sumber daya manusia di bidang teknologi canggih.
- Apakah untuk mendapatkan sumber daya manusia yang sangat baik dari luar perusahaan melalui headhunting atau untuk mengembangkannya secara internal dari waktu ke waktu, diperlukan kebijakan yang jelas dan pantas.
- Slide Terkait [Tips Manajemen Sumber Daya Manusia di Indonesia](#)



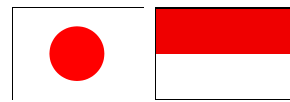


- Buat organisasi yang memenuhi fungsi proses bisnis universal dan buat rencana personalia yang mengisi posisi tersebut dalam beberapa tahun.
- Untuk saat ini, kita harus menghindari metode perluasan penginapan pedesaan, di mana kita membuat organisasi minimum yang diperlukan dan menambahkan pos sesuai kebutuhan nanti.
- Biaya tenaga kerja harus mengasumsikan jumlah yang harus dibayarkan untuk kapasitas yang diharapkan untuk posisi tersebut.
- Slide Terkait [Keberadaan Upah Buruh di Indonesia](#)
[Cara membuat sistem evaluasi personalia](#)





6. Rencana personalia - (3) Rencana rekrutmen

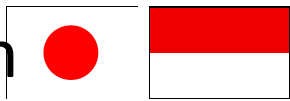


- Bahkan jika tingkat gajinya sama dengan masyarakat umum, sistem pendidikan internal sudah ada, dan diharapkan sumber daya manusia yang lebih unggul akan dipertahankan dengan tidak hanya meningkatkan kemampuan sendiri, tetapi juga tercermin dalam promosi dan kenaikan gaji melalui evaluasi personalia.
- Slide Terkait [Poin-poin penting untuk pengembangan sumber daya manusia di lokasi produksi di Indonesia](#)
[Tips wawancara untuk rekrutmen Indonesia](#)
[Pengenalan 25 Perguruan Tinggi Terbaik di Indonesia](#)
[Temukan sumber daya manusia di perguruan tinggi teknik di Indonesia](#)
[Peserta pelatihan magang teknis Menemukan sumber daya manusia di antara para pemulang](#)
[Panduan pengembangan sumber daya manusia lokal berdasarkan jenis pekerjaan](#)





7. Risiko dan penanggulangan yang diperkirakan



- Manajemen risiko adalah mempertimbangkan terlebih dahulu apa saja kemungkinan risiko, bagaimana menghindari atau mencegahnya, tindakan apa yang akan diambil untuk meminimalkan kerusakan jika terjadi, persyaratan apa yang diperlukan untuk pulih dari kerusakan, dll., dan untuk menyiapkan persiapan yang diperlukan.
- Penting untuk mengantisipasi situasi terburuk jika semua persiapan terlewatkan.
- Slide Terkait [Manajemen Risiko untuk Bisnis Indonesia](#)
[Penyebab dan Konsekuensi Kegagalan Bisnis Indonesia](#)
[Audit bisnis dan akuntansi anak perusahaan lokal di Indonesia](#)



