

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	1
ABSTRAK .....	5
ABSTRACT .....	6
BAB I .....	7
PENDAHULUAN.....	7
1.1. Latar Belakang .....	7
1.1.1. Lingkup External Perusahaan.....	8
1.1.2. Lingkup Internal Perusahaan.....	11
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
1.5. Sistematika Penulisan .....	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI .....	15
2. 1. Landasan Teori.....	15
2. 2. Rencana Strategi .....	16
2. 3. Analisa SWOT .....	17
2. 4. Analisa Lingkungan Usaha .....	18
2. 5. Analisa Strategi Persaingan .....	18
2.5.1. Analisa Eksternal.....	22
2.5.2. Analisa Internal ( Value Chain Model).....	23
2. 6. Strategi Bisnis, Pemasaran Jasa dan Bauran Pemasaran.....	24
2.6.1. <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i> .....	26
2.6.2. 8P's of Marketing.....	28
2.6.3. Strategi Persaingan Porter ( <i>Porter's generic strategy</i> ) .....	32
2.6.4. Cost Leadership.....	33
2.6.5. Diferensiasi.....	33
2.6.6. Fokus .....	34
2. 7. Strategi Sumberdaya Manusia .....	34

2. 8. Strategi Operasional .....	35
2.8.1. Perencanaan kapasitas ( <i>Capacity Planning</i> ) .....	36
2. 9. Perencanaan Tempat .....	37
2.9.1. Perencanaan Tata letak atau <i>Layouting</i> .....	38
2.9.2. Perencanaan alur jasa .....	39
2.9.3. Penjadwalan .....	39
2.9.4. Pengendalian Operasi ( <i>Operation Control</i> ) .....	39
2. 10. Strategi Keuangan .....	40
2.10.1. <i>Capital Budgeting</i> .....	40
2. 11. Kelayakan Investasi .....	41
BAB 3.....	43
METODOLOGI PENELITIAN .....	43
3.1. Sumber Data.....	43
3.1.1. Prosedur Penelitian.....	43
3.2. Metode Pengolahan Data .....	44
BAB 4.....	48
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1. Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Hasil Studi Lapangan (Observasi).....	48
4.1.2 Hasil Wawancara.....	48
4.2. Pembahasan.....	53
4.2.1. Profil Perusahaan.....	53
4.2.2. Filosofi Merk.....	54
4.2.3. Visi, Misi dan Value Perusahaan .....	56
4.2.4. Lokasi .....	57
4.2.5. Value Proposition.....	58
4.2.6. Produk dan Pelayanan .....	61
4.3. Rencana Operasional.....	66
4.4. Rencana Pemasaran.....	68
4.4.1. Segmenting, Targeting dan Positioning .....	68
4.4.2. Promo Bulanan.....	72
4.4.3. Perencanaan Sumberdaya Manusia.....	73
4.4.4. Perencanaan Keuangan .....	82



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**RENCANA BISNIS ALMADINA FISIOTERAPI: PERAWATAN BAYI, ANAK- ANAK, IBU HAMIL DAN MENYUSUI**

AMALIA PUSPITA SARI, Sumiyana, Dr., M.Si., Ak., CA

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

4.4.5.	Asumis Keuangan .....	82
4.4.6.	Modal Awal.....	83
4.5.	Proyeksi Pendapatan .....	84
4.6.	Analisis Sensitifitas.....	86
4.6.1.	Analisa Kondisi bisnis.....	86
BAB V	.....	94
RENCANA AKSI	.....	94
5.1.	Rencana Aksi .....	94
5.2.	Tahapan Rencana bisnis .....	95
5.3.	Penanggung Jawab .....	96
DAFTAR PUSTAKA	.....	98