

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Intisari	xv
<i>Abstract</i>	xvi
BAB 1. Pendahuluan	1
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan	1
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan	7
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Studi dan Batasan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB 2. Rerangka Teori	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Aspek Teknis dan Produksi	13
1. Pengertian Pensiun dan Pembiayaan Pensiun	13

2. Peraturan Tentang Pensiun	14
3. Lembaga Pengelola Pensiun (PT Taspen)	15
4. Proses Bisnis Pembiayaan Pensiunan BSM dan Pembayaran Pensiun ..	18
2.1.2. Aspek Ideasi Bisnis Baru	20
2.2. Model Teoritikal	23
2.2.1. Kerangka kerja konseptual PESTEL	23
2.2.2. Kerangka kerja konseptual 5 Kekuatan Persaingan	26
2.2.3. Kerangka kerja konseptual Perencanaan Bisnis dan Perencanaan Pemasaran	29
2.2.4. Kerangka kerja konseptual 9 Blok Bangunan	31
2.2.5. Kerangka kerja konseptual Peta Empati	34
BAB 3. Metode Studi	36
3.1. Tingkatan Analisis	36
3.2. Sumber Data	37
3.3. Metode Pengambilan Data	37
3.4. Metode Analisis Data	42
Bab 4. Strategi dan Analisis Data	44
4.1. Analisis Situasi	44
4.1.1. Analisis Lingkungan Bisnis (PESTEL)	46
1. Lingkungan Politik	46
2. Lingkungan Ekonomi	48
2.1. Pertumbuhan Ekonomi	49
2.2. Inflasi	49

2.3. Pendapatan per Kapita	50
3. Lingkungan Sosial dan Kultur Pensiun	51
4. Lingkungan Teknologi	55
5. Lingkungan Hidup	57
6. Lingkungan Legal/Hukum	58
4.1.2. Analisis Persaingan Bisnis (<i>5 Forces</i>)	61
1. Persaingan Antar Pesaing dalam Industri yang Sama	63
2. Ancaman untuk Memasuki Pasar bagi Pendatang Baru	66
3. Ancaman Produk Substitusi	68
4. Daya Tawar Penjual	71
5. Daya Tawar Pembeli	73
4.2. Rumusan Visi dan Misi Bisnis	75
4.3. Model Kanvas Bisnis	79
4.3.1. Segmen Pelanggan	80
4.3.2. Proposisi Nilai	83
4.3.3. Keterhubungan Pelanggan	84
4.3.4. Saluran Distribusi Nilai	87
4.3.5. Arus Pendapatan	89
4.3.6. Sumber Daya Utama	90
4.3.7. Aktivitas Kunci	93
4.3.8. Kemitraan Utama	94
4.3.9. Struktur Biaya	97
4.4. Rencana Pemasaran	98

4.4.1. Profil Responden Penelitian	100
4.4.2. Potensi Bisnis	103
4.4.3. Strategi <i>Positioning</i> (POP dan POD)	111
4.4.4. Strategi Harga	119
4.4.5. Strategi Distribusi	124
4.4.6. Strategi Komunikasi	125
4.4.7. Program Loyalitas Pelanggan	130
4.4.8. Risiko dan Mitigasi	132
Bab 5. Rencana Aksi	140
5.1. Rencana Kegiatan dan Waktu Persiapan	140
5.2. Penanggung Jawab	143
5.3. Ukuran Kinerja	143
Daftar Pustaka	145