

**PELATIHAN**

# ***Business Acumen***



***WINGS GROUP***

# Sesi 1: Strategic Planning



# Business Acumen

*Business Acumen* atau ketajaman/kemahiran berbisnis adalah pemahaman yang **mendalam dan dapat diterapkan tentang bagaimana sebuah bisnis mencapai tujuan dan sasarnya**

# Bisnis Saat ini:

- Kompleks
- Globalisasi
- Persaingan Semakin Meningkat
- Kemajuan Teknologi
- Siklus Hidup yang Pendek
- Ketidakamanan
- **Perubahan**



# Strategic Thinking

- Berpikir strategik adalah tentang mengembangkan strategi
- Strategi adalah tentang masa depan
- **JADI : Berpikir strategik adalah tentang memikirkan untuk menciptakan masa depan**



# ANALISIS DAN FORMULASI STRATEGI

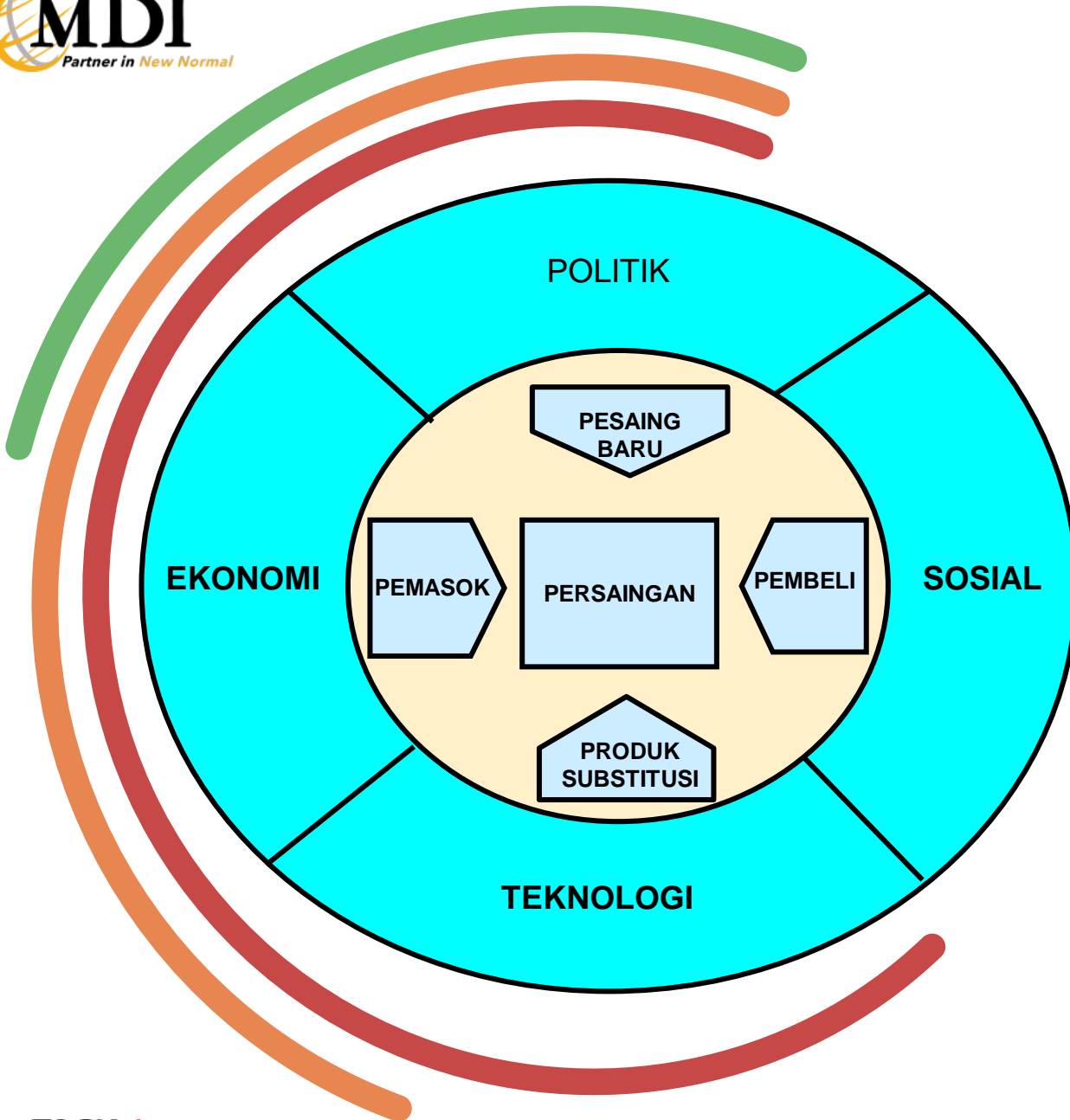


**Strategi Menghubungkan  
Lingkungan Internal dan Eksternal  
Perusahaan**



## ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS

***“Perusahaan harus selalu mengawasi faktor eksternalnya lebih seksama, dan kemudian menganalisis serta menyesuaikan faktor internal usahanya”***



## ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

Analisis Lingkungan Eksternal  
Sebagai Suatu Kesatuan Sistem

# Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Eksternal

## 1. Lingkungan Jauh (Global & Domestik)

- **Faktor Politik** (*Stabilitas pemerintah, sistem perpajakan, undang-undang tentang lingkungan & perburuhan*)
- **Faktor Ekonomi** (*Siklus Bisnis, Ketersediaan energi, inflasi & suku bunga*)
- **Faktor Sosial** (*Gaya Hidup, Adat Istiadat, Kebiasaan, trend, dll*)
- **Faktor Teknologi** (*Bagaimana kecepatan transfer dilakukan, Bagaimana waktu keusangan teknologinya, Bagaimana harga teknologi yang akan diadopsi*)

# Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Eksternal

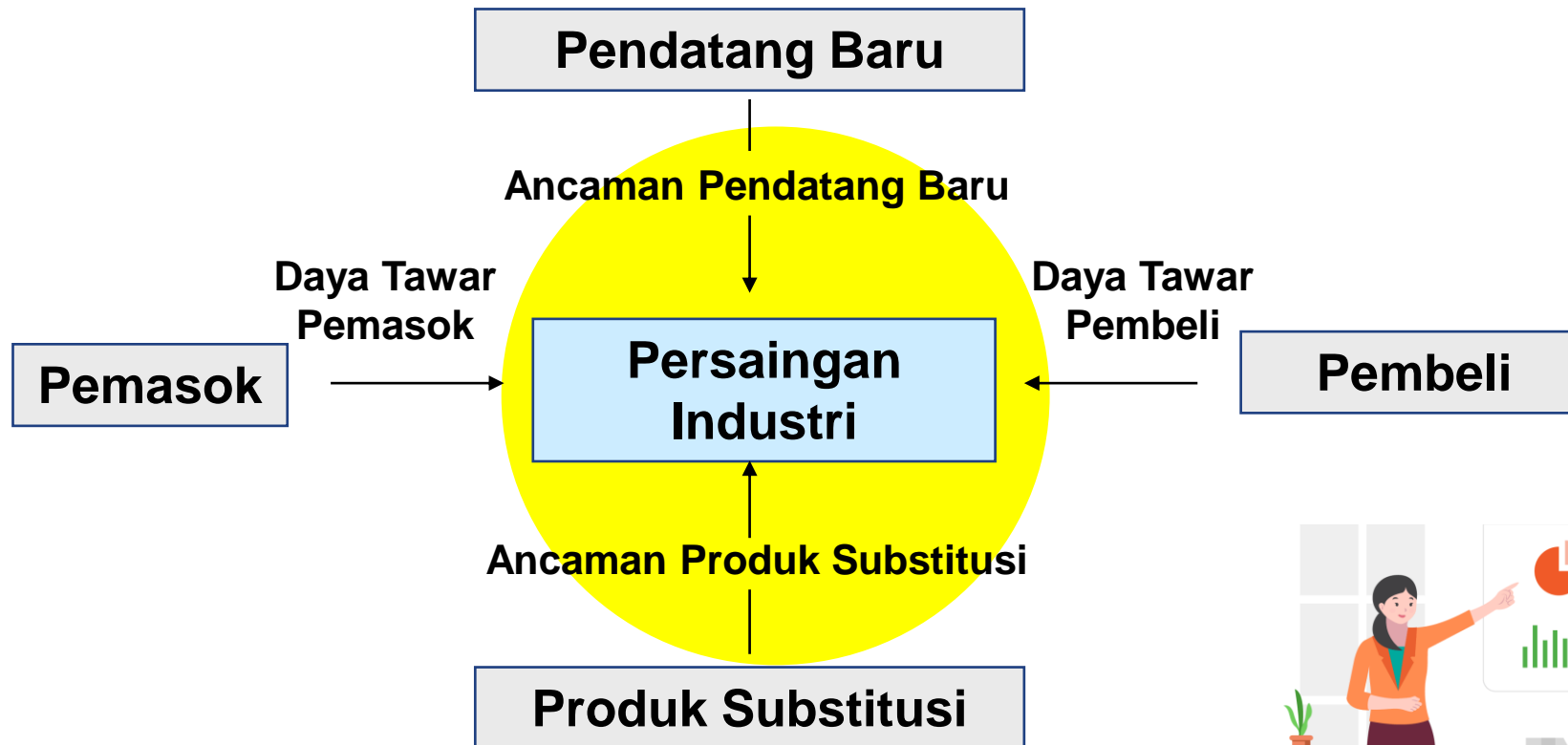
## 2. Lingkungan Industri (Global & Domestik)

- **Masuknya Pendatang Baru** (*Kapasitas menjadi bertambah, terjadi perebutan pangsa pasar*)
- **Produk Substitusi** (*Pada produk substitusi biaya lebih rendah kualitas sama*)
- **Kekuatan Pemasok / Suppliers** (*Supplier menaikkan harga atau pengurangan kualitas produk atau layanan mereka*)
- **Kekuatan Pembeli** (*Pembeli menuntut kualitas yang lebih tinggi atau pelayanan yang lebih prima, Mengadu domba sesama anggota industri*)
- **Persaingan Perusahaan Dalam Industri** (*Jumlah pesaing yang sama, tingkat pertumbuhan industri, karakteristik produk/jasa, struktur biaya, kapasitas, hambatan keluar dari industri/persaingan*)

# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES

(Analisis Daya Tarik Industri - Porter)



# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES (Analisis Daya Tarik Industri - Porter)

### ANCAMAN PRODUK SUBSTITUSI

#### TERGANTUNG PADA 3 FAKTOR :

- Tingkat perkembangan barang substitusi
- Karakteristik harga/kinerja relatif terhadap barang-barang pilihan
- Biaya peralihan yang ditanggung konsumen



# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES

(Analisis Daya Tarik Industri - Porter)

### ANCAMAN PENDATANG BARU

#### FAKTOR PENGHAMBAT PENDATANG BARU :

- Tuntutan modal
- Skala ekonomi
- Keunggulan biaya mutlak
- Diferensiasi produk
- Jangkauan ke saluran distribusi
- Kualitas pemasok
- Peraturan pemerintah dan perundang-undangan

# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES

### (Analisis Daya Tarik Industri - Porter)

#### DAYA TAWAR PEMBELI

#### FAKTOR PENENTU KEKUATAN PEMBELI :

- Sensitivitas harga pembeli
- Daya penawaran relatif :
  - Ukuran dan pemusatan
  - Integrasi vertikal
  - Informasi pembeli

# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES

(Analisis Daya Tarik Industri - Porter)

### DAYA TAWAR PEMASOK

#### FAKTOR PENENTU KEKUATAN PEMASOK :

- Besar dan terpusat
- Memasok input yang tidak ada alternatifnya
- Biaya pemindahan cukup tinggi pada perusahaan dalam industri tersebut

# ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

## ANALISIS FIVE FORCES

### (Analisis Daya Tarik Industri - Porter)

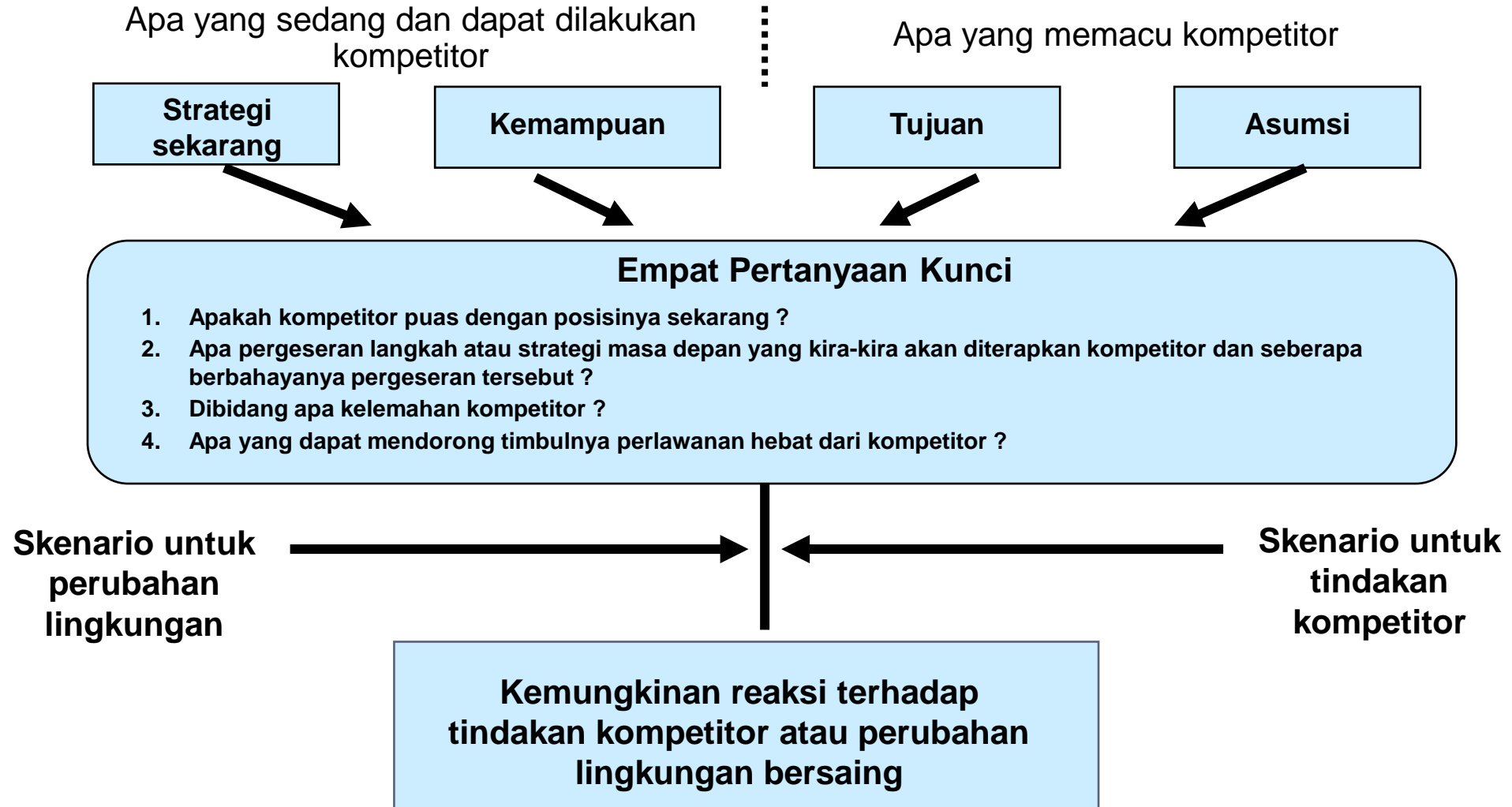
#### PERSAINGAN INDUSTRI

#### FAKTOR PENENTU SIFAT DAN INTENSITAS PERSAINGAN :

- Konsentrasi penjual
- Keragaman pesaing
- Diferensiasi produk
- Kapasitas berlebih dan rintangan ke luar
- Syarat-syarat biaya

# ANALISIS KOMPETITOR

## MENYATUKAN SEMUANYA



# External Checklist

## PEST

- Kebijakan **proteksi** oleh pemerintah (P)
- **Keamanan dunia** (P)
- **Pemahaman dalam perubahan** kondisi ekonomi (E)
- **Pengaruh** dari kelompok-kelompok tertentu (S)
- Apa perubahan **teknologi yang mempengaruhi** bisnis anda? (T)

## Porter's 5 Forces

- **Trend** dalam persaingan industri (Persaingan)
- **Pertumbuhan penjualan** produk anda di Indonesia (Pembeli)
- **Perubahan selera pembeli** (Pembeli)
- **Hambatan** bagi **pemain baru** untuk masuk ke industri anda di Indonesia (Pendatang baru)
- **Pembiayaan** untuk mengembangkan produk pengganti (Substitusi)
- **Hubungan** anda **dengan pemasok** (Pemasok)

# Internal Checklist

## Ceklist Audit Pemasaran

- Apakah organisasi sudah **diposisikan** dengan baik diantara pesaing?
- Apakah perusahaan memiliki **metode penjualan** yang efektif?
- Apakah **produk** perusahaan dan **customer service** sudah baik?
- Apakah **pemasaran, perencanaan, dan budgeting** perusahaan sudah efektif?
- Apakah manager pemasaran di perusahaan memiliki **pengalaman dan pelatihan** yang cukup?
- Apakah kehadiran perusahaan di **dunia internet** sudah mencukupi?

# Internal Checklist

## Ceklist Audit Keuangan

- Dapatkah perusahaan meningkatkan **modal jangka pendek**?
- Dapatkah perusahaan meningkatkan **modal jangka panjang** melalui **hutang** atau **penjualan saham**?
- Apakah perusahaan memiliki **modal kerja** yang cukup?
- Apakah perusahaan memiliki **hubungan baik dengan investor dan pemegang saham**?
- Apakah manajer keuangan perusahaan memiliki **pengalaman yang cukup** dan mendapat **pelatihan yang cukup**?
- Apakah **posisi hutang** perusahaan masih aman?

# Internal Checklist

## Ceklist Audit Operasional

- Apakah **pasokan** bahan baku dan bahan pendukung sudah baik?
- Apakah **fasilitas, perlengkapan, dan alat-alat** sudah baik?
- Apakah prosedur dan kebijakan **pengendalian stok** sudah efektif?
- Apakah prosedur dan kebijakan **pengendalian mutu** sudah efektif?
- Apakah fasilitas, sumber daya, dan pasar sudah dalam **lokasi yang strategis**?
- Apakah perusahaan memiliki **kompetensi dalam hal teknologi**?

# Internal Checklist

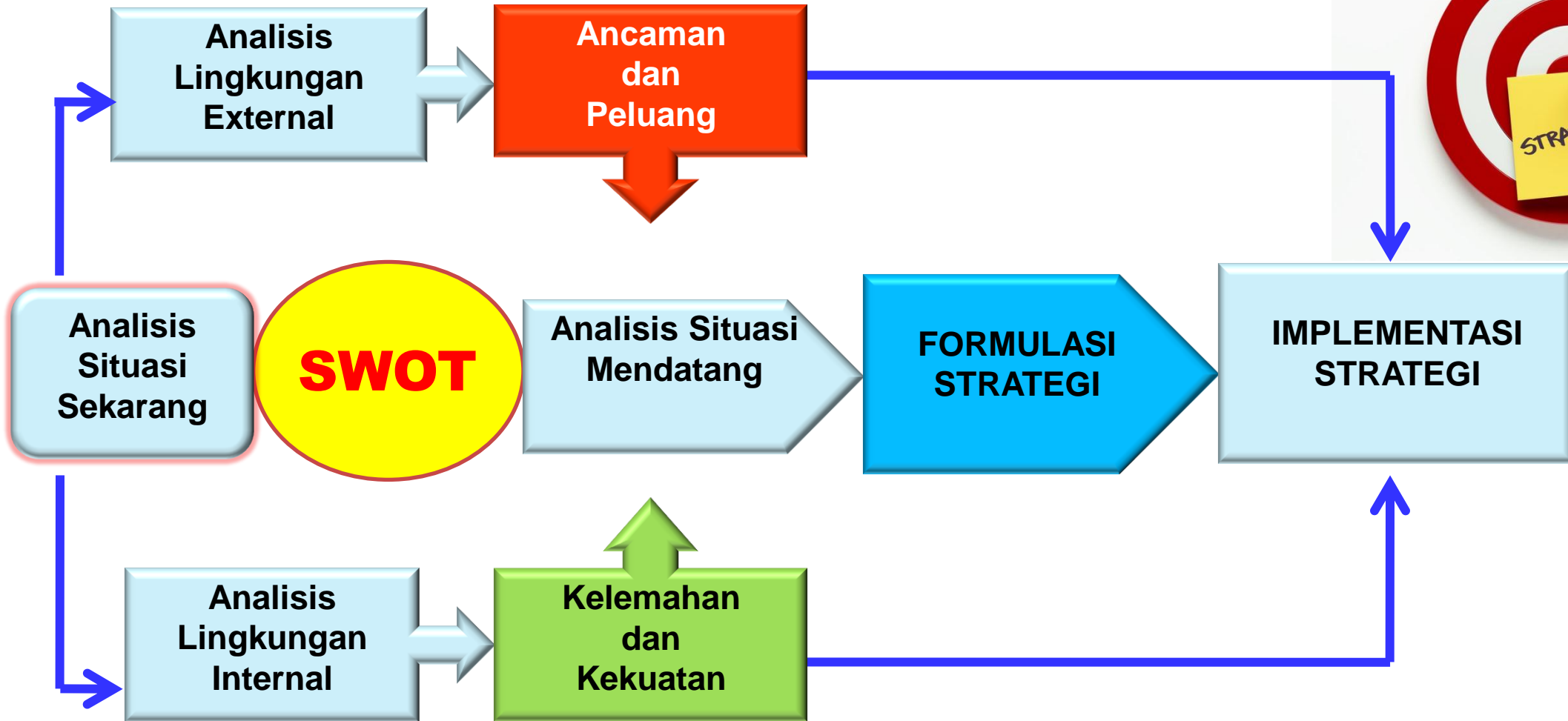
## Ceklist Audit SDM

- Apakah ada **program induksi** untuk karyawan baru?
- Bagaimana dengan **proses rekrutment** sekarang?
- Dimana kita **mengiklankan lowongan** kerja?
- Bagaimana dengan **tingkat turnover** karyawan?
- Seberapa sering **pelatihan dan pengembangan** dilakukan?
- Bagaimana **proses penilaian kinerja** dilakukan?

# Sesi 2: Strategy Formulation & Implementation



# Strategic Decision Making



# SWOT Matrix

Lingkungan Eksternal  Lingkungan Internal	<b>Opportunities:</b> • O1..... • O2..... • O3.....	<b>Threats:</b> • T1..... • T2..... • T3.....
<b>Strengths:</b> • S1..... • S2..... • S3.....	<p style="text-align: center;"><b>S – O</b> <b>(AGGRESSIVE)</b></p> Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada	<p style="text-align: center;"><b>S – T</b> <b>(INNOVATIVE)</b></p> Gunakan kekuatan untuk menyasiasi ancaman
<b>Weaknesses:</b> • W1..... • W2..... • W3.....	<p style="text-align: center;"><b>W – O</b> <b>(CORRECTIVE)</b></p> Atasi kelemahan untuk mengambil manfaat adanya peluang-peluang	<p style="text-align: center;"><b>W – T (DEFENSIVE)</b></p> Minimalisir kelemahan dan hindari ancaman

# SWOT with Confrontation Matrix

Lingkungan Eksternal / Lingkungan Internal		Opportunities:			Threats:		
		O1.....	O2.....	O3.....	T1.....	T2.....	T3.....
<b>Strengths:</b> • S1..... • S2..... • S3.....		+		+	--	-	+
		++	++	0	+	--	
		+		+		-	-
<b>Weaknesses:</b> • W1..... • W2..... • W3.....		0	--			--	-
		+	--	0	--	-	0
				--	-	--	--

**Keterangan**

kosong = tidak ada korelasi  
 0 = hubungannya tidak jelas/tidak langsung  
 - = hal negatif  
 - - = hal yang sangat negatif  
 + = hal positif  
 + + = hal yang sangat positif

# SWOT with Confrontation Matrix

<p style="text-align: center;">Lingkungan Eksternal</p> <p style="text-align: left;">Lingkungan Internal</p>	<p><b>Opportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetration of smartphone device of 98%</li> <li>• consumers orient by reading reviews</li> <li>• online shopping is here to stay</li> </ul>			<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Highly active competition</b></li> <li>• Treat of new entrants from low labour countries</li> <li>• Threat of substitutes</li> </ul>		
<p><b>Strengths:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• High online visibility</li> <li>• <b>Motivated staff</b></li> <li>• <b>5 star online shopping star</b></li> </ul>						
				empty		
				0		
<p><b>Weaknesses:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• marketing hasn't been updated over 10 years</li> <li>• 80% of review has negative tone</li> <li>• profit has declined by 20% in the last 4 years</li> </ul>				- -		
				-		

# List of key issues

Positive issues:

menjadi bagian dari rekomendasi strategi

Negative issues:

menjadi topik masalah sentral

“fakta bahwa.. vs fakta bahwa... perusahaan akan...”

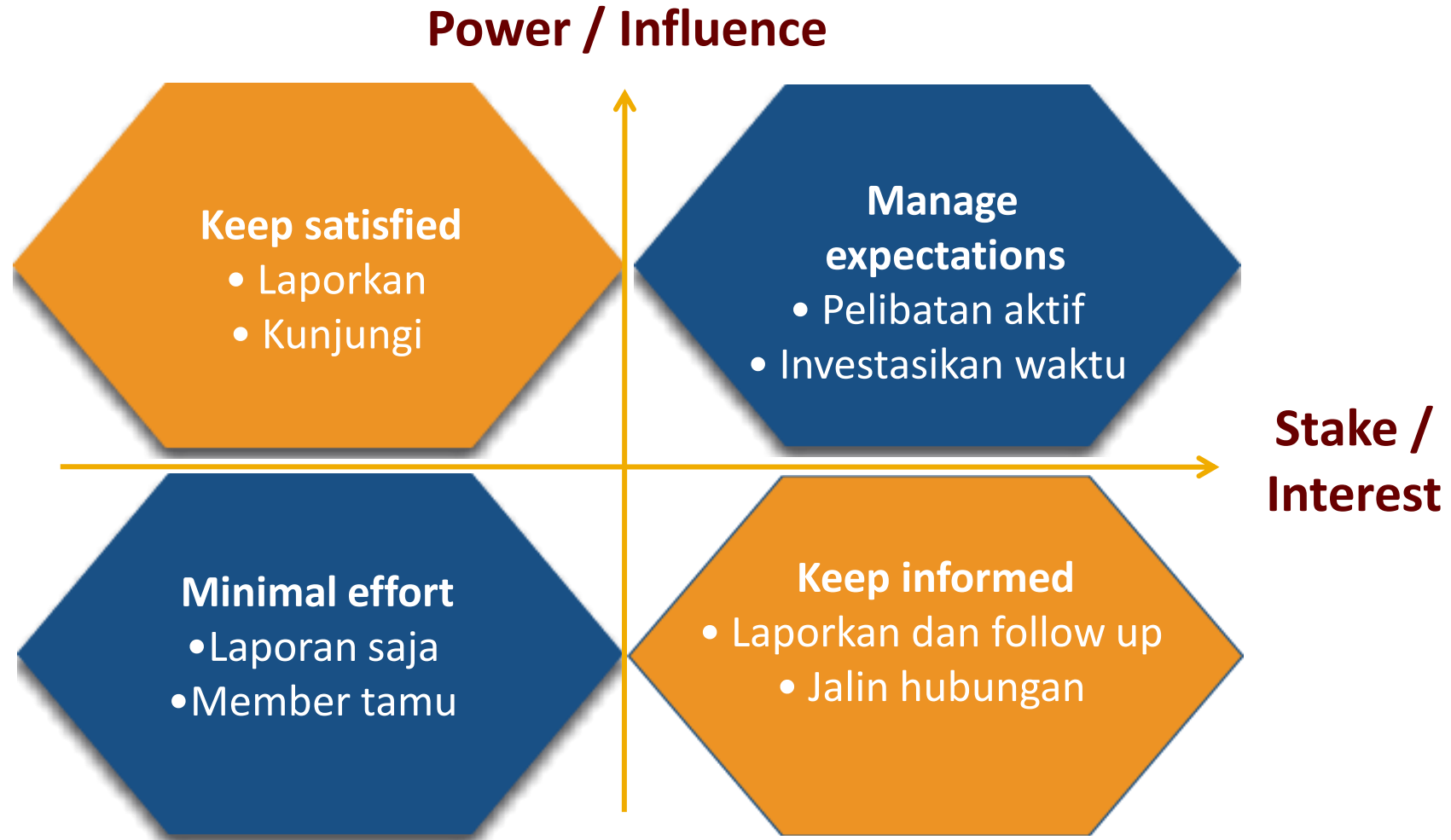
# SWOT Matrix

<p style="text-align: center;"><b>Lingkungan Eksternal</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Lingkungan Internal</b></p>	<p><b>Opportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O1.....</li> <li>• O2.....</li> <li>• O3.....</li> </ul>	<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• T1.....</li> <li>• T2.....</li> <li>• T3.....</li> </ul>
<p><b>Strengths:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S1.....</li> <li>• S2.....</li> <li>• S3.....</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>S – O</b> <b>(AGGRESSIVE)</b></p> <p>Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada</p>	<p style="text-align: center;"><b>S – T</b> <b>(INNOVATIVE)</b></p> <p>Gunakan kekuatan untuk menyasiasi ancaman</p>
<p><b>Weaknesses:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• W1.....</li> <li>• W2.....</li> <li>• W3.....</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>W – O</b> <b>(CORRECTIVE)</b></p> <p>Atasi kelemahan untuk mengambil manfaat adanya peluang-peluang</p>	<p style="text-align: center;"><b>W – T (DEFENSIVE)</b></p> <p>Minimalisir kelemahan dan hindari ancaman</p>

# Strategic Decision Making Plan

<b>Strategic Plan</b>			
<b>Justification</b>			
<b>Goals</b>	<b>Short term</b>	<b>Medium term</b>	<b>Long term</b>

# Stakeholder Management



# Stakeholder Management

Stakeholder (WHO)	Power (low/high)	Interest (low/high)

# WINGS GROUP

## JADWAL PELATIHAN

# Business Acumen

WAKTU	JADWAL
13.00- 15.15	<ul style="list-style-type: none"><li>+ <b>Pembukaan dan Perkenalan</b></li><li>+ <b>Pre Test</b></li><li>+ <b>Modul 1: Strategic Planning</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Aktivitas: Bucket Game</li><li>• Analisis lingkungan bisnis eksternal: PEST, Porter's five forces, Analisis kompetitor</li><li>• Analisis lingkungan bisnis internal: Analisis Fungsional</li><li>• Workshop: Analisis lingkungan bisnis Wings Group</li></ul></li></ul>
15.15-15.30	<b>Break Sholat</b>
15.30- 17.15	<ul style="list-style-type: none"><li>+ <b>Strategy Formulation &amp; Implementation</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Perencanaan strategi bisnis: SWOT confrontation matrix</li><li>• Framework Pemetaan Stakeholder Management : Power/Interest Matrix</li><li>• Workshop: Presentasi Strategi</li></ul></li><li>+ <b>Post Test, Evaluasi dan Penutupan</b></li></ul>