

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	iii
DAFTAR TABEL .....	iv
INTISARI .....	v
ABSTRACT .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Metode Penelitian .....	7
1.5.1. Pengumpulan data .....	7
1.5.2. Analisis .....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	18
2.1. Konsep Manajemen Strategi.....	18
2.2. Fungsi Pokok Manajemen Strategi.....	18
2.3. Tingkatan Strategi .....	25
2.4. Strategi Bersaing dan Struktur Pasar .....	29
2.5. Analisis Potensi Perusahaan .....	29
2.5.1. Analisis lingkungan industri .....	32
2.5.2. Analisa lingkungan internal .....	32
2.5.3. Analisis SWOT .....	34
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	37
3.1. Sejarah Perusahaan .....	37
3.2. Nilai-nilai Perusahaan .....	41
3.3. Visi, Misi dan Strategi Perusahaan .....	42
3.4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	42
3.5. Proses Bisnis .....	43
BAB IV ANALISIS .....	46
4.1. Analisis Lingkungan Industri .....	46
4.2. Analisis Lingkungan Internal .....	70
4.3. SWOT .....	81
BAB V PENUTUP .....	91
5.1. Kesimpulan .....	91
5.2. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94

## DAFTAR TABEL

Table 4.1	
Asumsi Makro RAPBN 2003 .....	47
Tabel 4.2	
Nilai Belanja Iklan di Indonesia Tahun 1996-2003 .....	48
Tabel 4.3	
Belanja Iklan 9 Perusahaan Indonesia Tahun 1999 – 2000 .....	54
Tabel 4.4	
Profil Pelanggan PT Advoprima Seantero Komunikasi (Rata-rata/Klien/Tahun dalam Milyar Rupiah) .....	70
Tabel 4.5	
Karakteristik Industri Jasa Periklanan Televisi di Indonesia .....	70
Tabel 4.6.	
Pendapatan PT Advoprima Seantero Komunikasi Tahun 1996-2003 (Dalam Jutaan Rupiah) .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Lima Fungsi Pokok Manajemen Strategik .....	19
Gambar 2.2. Piramida Strategi .....	25
Gambar 2.3 Kekuatan-kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri .....	30
Gambar 2.4 Diagram Analisis SWOT .....	35
Gbr. 3.1 Struktur Organisasi PT. Advoprima Seantero Komunikasi .....	43
Gambar 4.1 Nilai Belanja Iklan Indonesia Tahun 1996-2003 .....	48
Ad Spend Growth: Asia Pacific by Country 2001 % Growth in Rupiah .....	51
Gambar 4.2 Ad Spend Asia Pacific by Country 1 <sup>st</sup> half 2002 in US \$ .....	52
Gambar 4.3 Pertumbuhan Belanja Iklan Indonesia Tahun 1996-2003 .....	52
Gambar 4.4 Posisi Perusahaan Berdasarkan Hasil Analisis SWOT .....	89