

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.6.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	13
1.6.2. Batasan Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Strategi	15
2.2 Struktur Pasar Hipotesis	23
2.3 Konsep Perencanaan Strategis Unit Bisnis	27
2.4 Penelitian sebelumnya	29
2.5 Strategi Penantang Pasar (<i>Market Challenger</i>)	30
2.6 Kerangka Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Metode Penelitian	39
3.1.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.1. Teknik Pengumpulan Data Primer	40
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder	44
3.3 Teknik Analisis Data	44
3.4 Profil Narasumber	45
3.5 Profil Perusahaan	46
3.5.1 Sejarah Perusahaan	46
3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan	47
3.5.3 Produk	48
3.5.4 Lini Bisnis	50
3.5.5. Penghargaan Perusahaan	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Visi, Misi, Nilai dan Tujuan Bisnis	52
4.2. Analisis Lingkungan Bisnis Perusahaan	55
4.2.1 Analisis Lingkungan Internal	55
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal	66
4.2.3. Penetapan Strategi Perusahaan & Posisi Bersaing	76
4.2.4 Analisis Pesaing	78
4.3 Strategi PT KMI Menuju Posisi <i>Market leader</i>	92
4.4 Perumusan Strategi Perusahaan	96
4.4.1 Strategi Level Korporasi	97
4.4.2 Strategi Level Unit Bisnis	99
4.4.3 Strategi Level Fungsional	105
4.5 Evaluasi	111
4.6 Analisis Keseluruhan	116

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Data Penjualan (<i>Comparative Operation Performance</i>) 2004 – 2016 (dalam milyar rupiah).....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Persentase Data Penjualan (<i>Comparative Operation Performance</i>) 2004 – 2016 (dalam persentase)	5
Tabel 1.3 Pangsa pasar PT. KMI untuk tahun 2016	8
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan.....	41
Tabel 3.2 Profil Informan	45
Tabel 4.1 Komposisi SDM pada PT KMI (2015-2016)	59
Tabel 4.2 Kepemilikan Saham KMI	62
Tabel 4.3 Standar Produk KMI	64
Tabel 4.4 Peta Kesenjangan dan Peluang Investasi Kelistrikan	70
Tabel 4.5 Trend Penjualan PT SCC (2004-2016)	80
Tabel 4.6 Trend Penjualan PT KMI (2004-2016)	82
Tabel 4.7 Trend Penjualan PT SIK (2004-2016)	83
Tabel 4.8 Trend Penjualan PT JCC (2004-2016)	85
Tabel 4.9 Trend Penujulan PT VEC (2004-2016)	86
Tabel 4.10 Trend Penujulan PT KIM (2004-2016)	87
Tabel 4.11 Perbandingan Kinerja Pemasaran dan Keuangan	88
Tabel 4.12 Strategi Menjadi Pemimpin Pasar.....	94
Tabel 4.13 Level Strategi pada PT KMI	96
Tabel 4.14 Strategi pada Level Unit Bisnis	100
Tabel 4.15 <i>Objective</i> dan Program Kerja KMI dalam Upaya Menjadi <i>Market Leader</i>	109
Tabel 4.16 Produk <i>Fast Moving (Popular)</i> 2016.....	113
Tabel 4.17 Penjualan Produk Unggulan KMI ACCC 2016.....	114
Tabel 4.18 <i>Potential Forecast Rekonduktoring Project</i> 2018	115

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tiga Level Strategi Perusahaan	21
Gambar 2.2 Struktur Pasar Hipotesis	24
Gambar 2.3 Proses Perencanaan Strategi Unit Bisnis	29
Gambar 2.4 Strategi Penantang Pasar	32
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian	36
Gambar 4.1 Proses Pergantian ACSR menjadi ACCC	57
Gambar 4.2 Peta Wilayah Pemasaran Distributor Domestik KMI	65
Gambar 4.3 Strategi Level Korporasi untuk Menjadi Pemimpin Pasar	98

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Perbandingan Data Penjualan (<i>Comparative Operation Performance</i>) 2010 – 2016 (dalam milyar rupiah).....	4
Grafik 1.2 Perbandingan Persentase <i>Market Share</i> Tiga Perusahaan Kabel Teratas di Indonesia 2004 – 2016	6
Grafik 1.3 Pangsa Pasar PT. KMI	9
Grafik 4.1 Pencapaian Penjualan Konduktor	57
Grafik 4.2 Pelaksanaan Pelatihan di PT. KMI tahun 2015 – 2017	60
Grafik 4.3 Turnover tahun 2015 – 2017	60
Grafik 4.4 Pencapaian KMI tahun 2014 - 2016.....	112