



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Permasalahan	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Permasalahan.....	7
1.6. Cara Penelitian.....	7
1.6.1. Metode Penelitian	7
1.6.2. Metode Analisa.....	8
1.6.2.1. Analisa Profil Perusahaan.....	8
1.6.2.2. Analisa Eksternal	8
1.6.2.3. Analisa Internal.....	9
1.6.2.4. Analisis SWOT	10
1.6.3. Analisa Strategi Bersaing Industri Minuman	10
1.6.4. Analisa Strategi Bersaing PT. Dharana Inti Boga.....	10
1.6.4.1. Sistematika Pembahasan	11



BAB II. LANDASAN TEORI	12
2.1. Konsep Strategi	12
2.2. Manfaat Manajemen Strategi	14
2.3. Tingkatan dalam Penyusunan Strategik.....	15
2.4. Analisa Eksternal.....	16
2.4.1. Pengaturan Legal Yang Terkait.....	17
2.4.2. Analisa Karakteristik Industri (PEST).....	19
2.4.3. Analisa Industri dan Prospek Industri (5 Forces).....	24
2.4.4. Analisa <i>Competitive Advantage</i> (Keunggulan Kompetitif).....	29
2.4.5. Analisa <i>Driving Forces</i>	30
2.4.6. Analisa Pesaing (Kompetitor).....	31
2.4.7. Key Success Factors (KSF).....	33
2.4.8. Analisa Pasar.....	34
2.4.9. Analisa Strategi Group.....	37
2.5. Analisa Internal.....	38
2.5.1. Kinerja (efektivitas)	39
2.5.2. Kemampuan <i>Functional Area</i> , termasuk kemampuan Organisasional.....	40
2.5.3. <i>Value Chain / Cost Structure</i>	44
2.5.4. <i>Analisis Positioning</i>	46
2.5.5. Sumber daya yang dapat dipergunakan.....	47
2.5.5. Struktural dan non-struktural limitation.....	48
2.6. Analisa SWOT.....	49
2.7. Strategi Bersaing.....	51
2.8. <i>Contract Manufacturing</i>	55
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	58
3.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan	58
3.2. Filosofi Perusahaan	60
3.3. Misi Perusahaan	62
3.4. Visi Perusahaan	63
3.5. Struktur Organisasi.....	64
3.6. Sumber Daya Manusia/SDM	64
3.7. Produksi	65



3.8. Pemasaran dan Distribusi Produk.....	66
3.9. Keuangan.....	69
BAB IV. ANALISIS STRATEGI BERSAING INDUSTRI MINUMAN.....	70
4.1. Analisis Eksternal	70
4.1.1. Pengaturan Legal Terkait	73
4.1.2. Analisa Karakteristik Industri Minuman di Indonesia.....	75
4.1.2.1. Analisa Penawaran dan Permintaan (<i>Supply And Demand</i>).....	76
4.1.2.2. Analisa Lingkungan Politik.....	80
4.1.2.3. Analisa Lingkungan Ekonomi.....	84
4.1.2.4. Analisa Lingkungan Sosial Budaya.....	87
4.1.2.5. Analisa Lingkungan Kependudukan.....	89
4.1.2.6. Analisa Teknologi.....	92
4.1.3. Analisa dan Prospek Industri Minuman di Indonesia.....	96
4.1.3.1. Ancaman pendatang baru potensial	96
4.1.3.2. Kekuatan tawar-menawar pemasok/ <i>suppliers</i>	04
4.1.2.3. Kekuatan tawar-menawar pembeli/ <i>buyers</i>	10
4.1.2.4. Ancaman barang pengganti/substitusi	10
4.1.2.5. Persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri tersebut	10
4.1.4. Analisa <i>Competitive Advantage</i>	11
4.1.5. Analisa <i>Driving Forces</i>	11
4.1.6. Analisa Kompetitor.....	11
4.1.7. <i>Key Success Factors</i>	11
4.1.8. Analisa Pasar.....	11
4.1.9. Tantangan dalam Industri Minuman Dalam Kemasan.....	12
4.1.10. Analisa <i>Strategy Group</i>	13
4.2. Analisis Internal	13
4.2.1. Kinerja (efektivitas).....	13
4.2.2. Kemampuan <i>Functional Area</i> , termasuk kemampuan organisasional	13
4.2.3. <i>Value Chain / Cost Structure</i>	13
4.2.4. <i>Analisis Positioning</i>	13
4.2.5. Sumber daya yang dapat dipergunakan.....	13



4.2.6. Struktural dan Non-struktural limitation	13
4.3. Analisis SWOT	13
4.3.1. Kekuatan/ <i>strenghts</i>	13
4.3.2. Kelemahan/ <i>weaknesses</i>	14
4.3.3. Kesempatan/ <i>opportunities</i>	14
4.3.4. Ancaman/ <i>threats</i>	14
 BAB V. ANALISA STRATEGI BERSAING	 14
 BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	 15
6.1. Kesimpulan.....	15
6.2. Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	15
LAMPIRAN	