



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6



I.5. Manfaat Penelitian.....	6
I.6. Metodologi Penelitian	7
I.7. Sistematika Pembahasan.....	9
I.8. Prosedur Analisis	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1. Pengertian Strategi dan Manajemen Strategik.....	12
II. 2. Proses Strategi Bisnis.....	16
II.3. PEST	17
II.4. SWOT	18
II.5. Konsep Strategi Bersaing	20
II.6. Formulasi Strategi Bersaing	21
II.7. Pengertian Market Leader	23
II.8. Value Chain	27
II.9. Lima Kekuatan Persaingan Porter	33
II.10 Strategik Group Map	41
II.11 Identifikasi Driving Forces	43



II.12. Identifikasi Key success Factor	44
BAB III POFIL PERUSAHAAN	45
III.1. Gambaran Umum PT Saba Indomedika.....	46
III.2. Manajemen.....	47
III.3. Pelanggan, Pelayanan dan Jenis Usaha.....	49
BAB IV ANALISA DATA	54
IV.1. Analisa Lingkungan Eksternal	54
IV.1.1. Analisa Lingkungan Bisnis Umum	54
IV.1.1.1. Lingkungan Ekonomi	54
IV.1.1.2. Lingkungan Demografi	57
IV.1.1.3. Lingkungan Teknologi	58
IV.1.1.4. Lingkungan Politik	60
IV.1.1.5. Lingkungan Sosial Budaya/ Life Style	61
IV.1.2. Analisa Persaingan : Lima Kekuatan Persaingan	65
IV.1.2.1. Ancaman Pendetang Baru	65
IV.1.2.2. Kekuatan Tawar Menawar dari Pembeli	66



IV.1.2.3. Kekuatan Tawar Menawar dari Pemasok.....	67
IV.1.2.4. Ancaman Produk Pengganti	67
IV.1.2.5. Persaingan diantara Partisipan saat ini.....	69
IV.3. Driving Forces Analysis	71
IV.3.1. Teknologi	71
IV.3.2. Inovasi Produk	72
IV.3.3. Inovasi Pemasaran	73
IV.3.4. Peranan Pemerintah	74
IV.4. Key Success Factors Analysis	75
IV.4.1. Saluran Distribusi	75
IV. 4.2. Edukasi Konsumen	76
IV.4.3. Teknologi	76
IV.4.4. Penelitian dan Pengembangan	77
IV.5. Strategic Group Map Analysis	79
IV. 2. Analisa Lingkungan Internal	79
IV. 2.1. Value Chain Analysis	79



IV.2.1.1. Aktifitas-aktifitas Pendukung	79
IV.2.1.1.1. Infrastruktur Perusahaan	79
IV.2.1.1.2. Sumber Daya Manusia	80
IV.2.1.1.3. Pengembangan Teknologi	80
IV.2.1.1.4. Pengadaan	81
IV.2.1.2. Aktifitas-aktifitas Utama	81
IV.2.1.2.1. Logistik Kedalam	82
IV.2.1.2.2. Operasional	82
IV.2.1.2.3. Logistik Keluar	82
IV.2.1.2.4. Pemasaran dan Penjualan	83
IV.2.1.2.5. Servis	84
IV.2.2. SWOT Analysis	86
IV.2.2.1. Analisis Kekuatan dan Kelemahan	
PT. Saba Indoemedika	86
IV.2.2.2. Analisa Peluang dan Ancaman	
PT. Saba Indomedika	91



BAB V FORMULASI STRATEGI	93
V.1. Faktor- Faktor yang Mendukung Menjadi <i>Market Leader</i>	93
V.2. Faktor –Faktor Kendala untuk Menjadi <i>Market Leader</i>	94
V.3. Alternatif Strategi Bisnis	95
V.4. Strategi Pilihan	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	100
VI.1. KESIMPULAN	100
VI.2. S A R A N	101
DAFTAR PUSTAKA	102