

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Intisari	viii
Abstract	ix
 BAB I	 1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Metodologi Penelitian	7



BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 Konsep Manajemen Strategik	9
2.1.2 Model Manajemen Strategik	12
2.1.3 Level Strategi	13
2.1.4 Model Manajemen Strategik	12
2.2. Jenis-jenis Generik Strategi.....	14
2.3. Market Attractiveness and Business Strength Matrix	16
2.4. Analisa SWOT	17
BAB III	23
PROFIL PERUSAHAAN.....	23
3.1. Danone Grup	23
3.1.1 Sejarah Danone	25
3.1.2 Danone Values	36
3.2. Nutricia.....	38
3.2.1 Sejarah Nutricia.....	38
3.2.2 PT Nutricia Indonesia Sejahtera.....	45
3.2.3 Visi, Misi dan Values Nutricia Indonesia Sejahtera	46
3.2.4 Existing Strategi PT Nutricia Indonesia Sejahtera.....	47



BAB IV	49
ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Evaluasi strategi <i>Win at POP</i> Departemen Penjualan PT NIS dalam menghadapi persaingan pasar	49
4.1.1 Analisa Market Attractiveness and Business Strength Matrix.....	49
4.2. Analisis SWOT	63
4.3. Rumusan Alternatif Strategi dalam Menghadapi Persaingan	70
BAB V	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. KESIMPULAN	72
5.2. SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76



Daftar Tabel

1.1.	Industri Susu Formula.....	2
1.2.	Industri Susu Formula Premium	3
1.3.	Karakteristik Beberapa Jenis Ritel Modern.....	4
4.1.	Data Industri Susu Formula.....	50
4.2.	Data penguasaan pasar di Industri Susu Formula.....	51
4.3.	Data Pertumbuhan PT NIS dalam value.....	52
4.4.	Data Distribusi Industri Susu Formula di Indonesia.....	52
4.5.	Total <i>Grocery Value</i> dan Pertumbuhan Pasar.....	54
4.6.	Penghitungan Industri Rating.....	56
4.7.	Penghitungan Pertumbuhan Industri Rating.....	56
4.8.	Penghitungan Rating Tingkat Penguasaan Pasar.....	59
4.9.	Penghitungan <i>Weighted Distribution Rating</i>	60
4.10.	Penghitungan Rating <i>Share of Space</i>	61
4.11.	Pertumbuhan Antar Wilayah Indonesia.....	67
4.12.	SWOT <i>Analysis Matriks</i>	70



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Evaluasi Strategi Win at POP Dalam Menghadapi Persaingan Industri Susu Formula (Studi pada Departemen Penjualan PT Nutricia Indonesia Sejahtera)

Yoshi Wijaya, Dr. Fahmi Radhi, MBA.

Universitas Gadjah Mada, 2011 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Daftar Gambar

2.1.	Model Manajemen Strategik.....	12
2.2.	<i>Level of Strategy-Making</i>	14
2.3.	<i>Growth Orientation</i>	17
2.4.	Tiga Langkah Analisa SWOT.....	19
3.1.	Logo Danone Grup.....	24
3.2.	Logo Nutricia.....	39
3.3.	Logo PT NIS.....	45
3.4.	Bebelac.....	45
3.5.	Nutrilon.....	46
3.6.	Nutrilon Royal.....	46
3.7.	Nutrima.....	46
4.1.	<i>Growth Orientation Matriks</i>	62