

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Grafik.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari.....	xiv
<i>Abstract</i>	xv
Bab I .Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Metodologi Penelitian.....	5
1.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2. Metode Analisa Data.....	6
1.5.2.1. Analisa Lingkungan Eksternal.....	6

1.5.2.2. Analisa Lingkungan Internal	8
1.6. Sistematika Penulisan	9
Bab II. Landasan Teori	
2.1. Pengertian Strategi	10
2.1.1. Pengertian Strategi Korporat	13
2.2. Konsep Strategi Eksternal	16
2.2.1. Konsep Karakteristik Industri	17
2.2.2. Konsep <i>Five Forces</i>	17
2.2.3. Konsep <i>Key Success Factors</i> ..	26
2.2.4. Konsep <i>Driving Forces</i> ..	28
2.2.5. Konsep <i>Strategy Group Map</i> ...	30
2.3. Konsep Strategi Internal	30
2.3.1. Konsep Visi dan Misi Perusahaan	31
2.3.1. Konsep Kompetensi Inti	32
2.4. Konsep Analisa <i>SWOT</i>	33
Bab III. Profil Perusahaan	
3.1. Tinjauan Umum Perusahaan	35
3.2. Produk dan Segmen Pasar PT.SI	36
3.3. Struktur Organisasi	39
3.4. Visi , Misi dan Tujuan Perusahaan	40



Bab IV. Analisa dan Pembahasan

4.1. Analisa Lingkungan Eksternal	43
4.1.1. Karakteristik Industri	48
4.1.2. <i>Five Forces</i> (Lima Kekuatan)	51
4.1.3. <i>Key Success Factors</i>	55
4.1.4. <i>Driving Forces</i>	56
4.1.5. <i>Strategy Group Map</i>	57
4.2. Analisa Lingkungan Internal	58
4.2.1. Analisa Visi dan Misi Perusahaan	58
4.2.2. Analisa <i>Core Competence</i>	60
4.3. Analisa SWOT	60
4.4. Analisa <i>Corporate Strategy</i>	63
4.4.1. Strategi Korporat New 2000 – 2004	63
4.4.2. Strategi Korporat New ² 2005 – 2008	68

Bab V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	79
Daftar Pustaka.....	81

Lampiran