

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Lingkup Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Perencanaan Strategis Unit Bisnis	10
2.2	Strategi Pertumbuhan (<i>Growth Strategies</i>)	26
2.3	Strategi Persaingan (<i>Competitive Strategies</i>).....	27
2.3.1	<i>Market Leader</i>	28
2.3.2	<i>Market Challenger</i>	28
2.3.3	<i>Market Follower</i>	33
2.3.4	<i>Market Nicher</i>	35
2.4	Strategi Berbasis Pasar (<i>Market Driven Strategy</i>)	37
2.5	Segmentasi Pasar Strategis (<i>Strategic Market Segmentation</i>)	41
2.6	Strategi Penargetan Pasar (<i>Market Targeting Strategy</i>).....	42
2.7	Strategi Penentuan Posisi (<i>Positioning Strategy</i>).....	42
2.8	Penelitian Terdahulu	43
2.9	Kerangka Penelitian	48

BAB III METODA PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	49
3.2	Metoda Pengumpulan Data	49
3.3	Instrumen Penelitian.....	52
3.4	Metoda Analisis Data.....	54
3.5	Profil Perusahaan	56

3.5.1	Visi dan Misi Perusahaan	57
3.5.2	Strategi Perusahaan.....	58
3.5.3	Lokasi Perusahaan	58
3.5.4	Struktur Organisasi	59
3.5.5	Produk Perusahaan	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Data.....	61
4.1.1	Analisis Misi Perusahaan.....	61
4.1.2	Analisis Lingkungan Bisnis Perusahaan.....	63
4.1.3	Analisis SWOT.....	72
4.1.4	Perumusan Tujuan Perusahaan.....	75
4.1.5	Posisi Bisnis dan Pesaing	77
4.1.6	Perumusan Strategi Perusahaan.....	83
4.1.7	Strategi Perusahaan Sebagai <i>Market Follower</i>	85
4.2	Pembahasan.....	92

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran.....	119
Daftar Pustaka.....		126