

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
ABSTRAKSI	xi
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Batasan Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Ekonomi Makro.....	13
2.1.1 Produk Domestik Bruto (PDB).....	13
2.1.2 Pertumbuhan Ekonomi ASEAN	14
2.2 Vietnam	15

2.2.1	Makro Ekonomi Vietnam	15
2.2.2	Pasokan dan Permintaan Baja Vietnam	17
2.3	Pemasaran Internasional.....	18
2.3.1	Lingkungan Budaya (Cultural Environment)	19
2.3.2	Lingkungan Ekonomi (<i>Economic Environment</i>)	20
2.4.3	Lingkungan Politik dan Hukum.....	21
2.4	Analisis Lima Kekuatan Porter	23
2.4.1	Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrance).....	24
2.4.2	Kekuatan Pemasok (Bargaining Power of Suppliers).....	26
2.4.3	Kekuatan Konsumen (Bargaining Power of Buyers).....	26
2.4.4	Ancaman Produk Pengganti (Threat of Substitute Product).....	27
2.4.5	Persaingan Antar Kompetitor Existing (Rivalry Among Existing Competitors)	27
2.5	Bauran Pemasaran 4P	29
2.5.1	Produk (Product)	29
2.5.2	Harga (Price)	30
2.5.3	Distribution (Place)	31
2.5.4	Promosi (Promotion).....	32
2.6	Segmentasi Pasar Industri	32
2.6.1	Demografi	34
2.6.2	Variabel Operasi	35
2.6.3	Pendekatan Pembelian	38
2.6.4	Faktor Situasional	40

2.6.5	Karakteristik Konsumen	41
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Desain Penelitian	45
3.2	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	45
3.2.1	Subjek	45
3.2.2	Data Primer	46
3.2.3	Data Sekunder	46
3.3	Tahap Pengumpulan Data	46
3.4	Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Profile Negara Vietnam.....	49
4.2	Analisis Lima Kekuatan Porter (Porter's Five Forces Analysis)	50
4.2.1	Tingkat Persaingan dengan Kompetitor (Competitors Rivalry)	50
4.2.2	Hambatan Produk Pengganti (Threat of Substitute)	53
4.2.3	Hambatan Pendetang Baru (Threat of New Entrance).....	54
4.2.4	Daya Tawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)	56
4.2.5	Daya Tawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)	58
4.3	Analisis Bauran Pemasaran PT. Krakatau Posco	60
4.3.1	Produk (Product)	60
4.3.2	Harga (Price)	61
4.3.3	Distribusi (Place)	63
4.3.4	Promosi (Promotion).....	63
4.4	Segmentasi Pasar Industri	64

4.4.1	Demografi Vietnam	64
4.4.2	Variabel Operasi	68
4.4.3	Pendekatan Pembelian (<i>Purchasing Approaches</i>)	68
4.4.4	Faktor Situasional (Situational Factors).....	70
4.4.5	Karakteristik Konsumen	71
4.5	Strategi Pemasaran Baja di Vietnam.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pertumbuhan PDB Negara- negara ASEAN.....	14
Tabel 2.2 Makro Ekonomi Vietnam	15
Tabel 2.3 Konsumsi Baja Lembaran ASEAN	17
Tabel 2.4 Impor HRP (Hot Rolled Plate).....	17
Tabel 4.1 Profil perusahaan dan kapasitas produksi Formsa Ha Tinh.....	51
Tabel 4.2 Baja Lembaran Vietnam Impor	53
Tabel 4.3 Tabel Eksportir Baja Lembaran Vietnam	56
Tabel 4.4 General Informasi Zamil Steel Vietnam.....	65
Tabel 4.5 General Informasi Viet Vuong Company	66
Tabel 4.6 General Informasi Atad Steel Structure Corporation.....	66
Tabel 4.7 General Informasi Universal Vietnam Steel Buildings Company Limited.....	66
Tabel 4.8 General Informasi Tri Viet Steel.....	66
Tabel 4.9 Lanjutan	67