

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAKSI.....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Tujuan Penulisan .....	3
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Sistematika .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1. Pengertian Umu Strategi .....	6
2.1. Fungsi dan Kegunaan Strategi.....	7
2.3. Dimensi Strategi .....	8
2.4. Komponen Strategi .....	10
2.5. Tingkatan Hirarkis Strategi .....	12
2.6. Konsep Strategi Bisnis.....	13
2.6.1. Misi Bisnis .....	14
2.6.2. Analisa Eksternal.....	17
2.6.3. Analisa Struktur Industri.....	18

2.7. Kompetensi Inti .....	24
2.8. Faktor Kunci Sukses .....	24
2.9. Metode Pengklasifikasian Strategi Bisnis .....	26
2.9.1. Boston Consulting Group (BCG) Approach .....	26
2.9.2. Analisa SWOT .....	29
2.10. Formulasi Alternatif Strategi .....	31
2.11. General Electric (GE) Approach .....	32
2.12. Analisa Keuangan .....	34
<b>BAB III METODOLOGI KONSEP PEMIKIRAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Metodologi Konsep Pemikiran .....	37
3.2. Penetapan Tujuan .....	38
3.3. Identifikasi Masalah .....	38
3.4. Pengumpulan Informasi dan Data .....	38
3.5.1. Analisa Eksternal .....	39
3.5.2. Analisa Struktur Industri .....	39
3.5.3. Analisa Internal .....	39
3.6. Pengklasifikasian Strategi Bisnis .....	40
3.6.1. Identifikasi Kompetensi Inti .....	40
3.6.2. Analisa SWOT .....	40
3.6.3. Formulasi Analisa Strategi .....	40
3.7. Formulasi Strategi Bisnis .....	41
3.8. Kesimpulan dan Saran .....	41

<b>BAB IV</b>	<b>TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	42
4.1.	Latar Belakang dan Sejarah Singkat Perusahaan .....	42
4.2.	Kadaan Terkini Perusahaan.....	43
4.2.1.	Produk Yang Dihasilkan.....	43
4.2.3.	Merek Dagang.....	44
4.3.	Organisasi dan System Manajemen.....	44
4.4.	Kondisi Terkini Perusahaan.....	49
<b>BAB V</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
5.1.	Analisa .....	51
5.1.1.	Analisa Faktor Eksternal.....	51
5.1.1.1.	Faktor Ekonomi.....	51
5.1.1.1.1.	Faktor Demografi .....	52
5.1.1.3.	Faktor Lingkungan Politik/Hukum.....	54
5.1.1.4.	Faktor Sosial Budaya .....	55
5.1.1.5.	Faktor Teknologi .....	57
5.1.2.	Analisa Struktur Industri.....	58
5.1.2.1.	Persaingan Industri Daging Olahan.....	58
5.1.2.2.	Ancaman Pendetang Baru .....	59
5.1.2.3.	Kekuatan Tawar Pemasok.....	61
5.1.2.4.	Kekuatan Tawar Konsumen/Pelanggan.....	61
5.1.3.	Analisa Faktor Internal .....	62
5.1.3.1.	Produksi .....	62
5.1.3.2.	Pemasaran .....	63

5.1.3.3. Manajemen.....	65
5.1.3.4. Sumber Daya Manusia.....	67
5.1.3.5. Budaya Perusahaan.....	68
5.1.3.6. Pelayanan .....	69
5.1.4. Analisa Keuangan .....	70
5.2. Pembahasan .....	71
5.2.1. Identifikasi Kompetensi Inti .....	72
5.2.2. Identifikasi Faktor Kunci Sukses .....	72
5.2.3. Metode Pengklasifikasian Alternatif Strategi.....	73
5.2.3.1. Environment Threat & Opportunity Profile (ETOP)	73
5.2.3.2. Strategy Advantage Profile (SAP) Analisis .....	78
5.2.3.3. Competitive Profile Matrix (CPM).....	80
5.2.3.4. Grand Matrix Strategy.....	82
5.2.3.5. Strategy Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix .....	84
5.2.3.6. Boston Consulting Group Matrix .....	88
5.2.3.7. General Electric (GE) Approach.....	89
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
6.1. Kesimpulan .....	93
6.2. Saran-saran.....	94

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**