

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	3
1.3.Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir.....	4
1.4.Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir.....	4
1.5.Sistematika Penulisan.....	5
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Profil Perusahaan.....	7
2.1.1. Profil Bisnis.....	7
2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	8
2.1.3. Proses Bisnis.....	8
2.2. Profil Roman Keramik.....	11
2.2.1. Konsep dasar pengetahuan keramik.....	13
2.2.2. Produk Roman Keramik.....	15
2.3. Tantangan Bisnis.....	16
BAB III. KONSEP STRATEGI	
3.1. Konsep Strategi.....	17
3.2. Konsep Manajemen Strategi.....	18
3.3. Tahapan Dalam Manajemen Strategis.....	18

3.4. Strategi Bersaing Menurut Michael Porter.....	22
3.5. Analisis Persaingan Industri.....	25
3.6. Konsep Pemasaran.....	27
3.6.1. Strategi Pemasaran.....	29
3.7. Alat Untuk Menganalisis Strategi.....	31
3.7.1. Matriks Evaluasi Eksternal	31
3.7.2. IFE Matrix.....	33
3.7.3. Analisis SWOT.....	34
3.7.4. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	36
3.8. Kerangka Pemikiran.....	37

BAB IV. PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGIS

4.1. Pengumpulan Informasi.....	39
4.2. Informasi Yang diperlukan.....	40
4.3. Sumber Informasi.....	40
4.4. Metode Pengumpulan Informasi.....	41
4.5. Pendekatan Perencanaan Strategis.....	42
4.6. Bagan Alur Perencanaan Strategis.....	45

BAB V. ANALISIS DATA

5.1. Proses Identifikasi & Analisis Perusahaan.....	46
5.2. Analisis Eksternal.....	47
5.3. Peluang dan Ancaman.....	50
5.4. Matriks EFE.....	53
5.5. Kekuatan dan Kelemahan.....	54
5.6. Strategi.....	57
5.6.1. <i>Segmentasi</i>	57
5.6.2. <i>Targetting</i>	58
5.6.4. <i>Positioning</i>	60

BAB VI. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	76