

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penyusunan Karya Akhir.....	5
1.4. Kegunaan Karya Akhir.....	6
1.5. Batasan Penyusunan Karya Akhir.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan.....	8
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.3. Struktur Korporat.....	11
2.4. Lingkup Bidang Usaha.....	12
2.4.1. PT. Tambang Timah.....	12
2.4.2. Indometal London.....	13
2.4.3. PT. Timah Industri.....	14
2.4.4. PT. DOK & Perkapalan Air Kantung.....	15
2.4.5. PT. Timah Investasi Mineral.....	16
2.4.6. PT Tanjung Alam Jaya.....	17
2.4.7. PT. Timah Eksplomin.....	17
2.5. Penambangan Timah Terpadu.....	18
2.5.1. Eksplorasi.....	19
2.5.2. Penambangan Lepas Pantai.....	20
2.5.3. Penambangan Darat.....	21
2.5.4. Pengolahan.....	21
2.5.5. Peleburan.....	22
2.5.6. Distribusi dan Pemasaran Logam Timah.....	23

2.6. Prosedur Penambangan.....	24
2.7. Tinjauan Operasional.....	27
2.8. Tinjauan Keuangan.....	28

BAB III LANDASAN TEORI

3.1. Pentingnya Strategi Yang Alternatif.....	31
3.1.1. Pengertian Strategi.....	32
3.1.2. Definisi Manajemen Strategis.....	32
3.1.3. Tahapan Dalam Manajemen Strategis.....	33
3.1.4. Hirarki Strategi.....	35
3.1.5. Perencanaan Strategis.....	35
3.1.6. Macam-macam Strategi Utama.....	39
3.2. Penentuan Strategi Utama.....	44
3.2.1. Matriks External Factor Evaluation (EFE).....	46
3.2.2. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	47
3.2.3. Matriks Competitive Profile (CP).....	49
3.2.4. Matriks TOWS/SWOT.....	50
3.2.5. Matriks Strategic Position and Action Evaluation (SPACE).....	52
3.2.6. Matriks Internal –External (IE).....	54
3.2.7. Matriks Boston Consulting Group (BCG).....	55
3.2.8. Matriks Grand Strategy.....	57
3.2.9. Matriks Quantitative Strategies Planning (QSP).....	58
3.3. Analisis Lingkungan Organisasi.....	60
3.3.1. Lingkungan Umum.....	61
3.3.2. Lingkungan Industri.....	62
3.3.3. Lingkungan Internal.....	67
3.4. Analisa SWOT.....	71
3.5. Pemasaran.....	74
3.5.1. Perspektif Baru Dalam Pemasaran.....	75
3.5.2. Segmentasi Pasar.....	77
3.6. Strategi Pemasaran.....	79
3.6.1. Strategi Permintaan Pasar.....	79
3.6.2. Strategi Permintaan Selektif.....	81
3.6.3. Strategi Pemasaran dan Posisi Kompetitif.....	86
3.6.4. Strategi Bagi Perusahaan Dominan.....	89
3.6.5. Strategi Bagi Pemimpin Pasar.....	90
3.6.6. Strategi Bagi Penantang Pasar.....	93
3.6.7. Strategi Bagi Pengikut/Pengekor Pasar.....	95
3.6.8. Strategi Bagi Penceruk Pasar.....	97

3.7. Pengujian Validasi.....	98
3.8. Kerangka Pemikiran.....	101

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Metode Pengumpulan Data.....	105
4.1.1. Lokasi Penelitian.....	105
4.1.2. Jenis dan Sumber Data.....	105
4.1.3. Populasi dan Sampling.....	106
4.2. Teknik Analisis Data.....	108
4.3. Analisa SWOT.....	109
4.4. Analisa Data.....	109
4.5. Penyajian Data.....	109

BAB V HASIL DAN ANALISIS

5.1. Analisis Pemasaran PT. Timah (Persero).....	110
5.2. Strategi Operasional Perseroan.....	110
5.2.1. Optimalisasi Produksi.....	111
5.2.2. Perluasan Jaringan Pemasaran.....	112
5.2.3. Pengembangan Usaha.....	112
5.3. Prospek Usaha Perusahaan	113
5.4. Rirsiko-risiko Yang Dihadapi Perseroan.....	114
5.5. Analisa Lingkungan.....	115
5.5.1. Mengidentifikasi Faktor-faktor Strategis.....	115
5.5.2. Cara Menentukan Faktor-faktor Strategis.....	116
5.5.3. Pengujian Validasi untuk Fator-faktor Strategis.....	118
5.5.4. Pemberian Bobot dan Rating.....	121
5.5.5. Perhitungan <i>Weight Score</i>	122
5.6. Tahapan Penyusunan Strategis.....	123
5.6.1. Matriks EFE.....	123
5.6.2. Matriks IFE.....	124
5.6.3. Matriks SWOT.....	125
5.6.4. Matriks Internal-Eksternal.....	126
5.6.5. Matriks SPACE Analysis.....	127
5.6.6. Matriks Grand Strategy.....	128
5.7. Analisa Matriks SWOT.....	129
5.7.1. Strategi Kekuatan-Peluang (SO).....	129
5.7.2. Strategi Kekuatan-Ancaman (ST).....	129
5.7.3. Strategi Kelemahan-Peluang (WO).....	130
5.7.4. Strategi Kelemahan-Ancaman (WT).....	131

5.8. Analisa Matriks Internal-Eksternal.....	131
5.9. Analisa Matriks SPACE.....	132
5.10. Analisa Matriks Grand Strategy.....	132
5.11. Analisa Penentuan Prioritas Strategi.....	132
 BAB VI KESIMPULAN	
6.1. Kesimpulan.....	133
6.2. Saran.....	134
 DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN (Kuesioner).....	138
RIWAYAT HIDUP.....	142

DAFTAR GAMBAR

1.1. Negara-negara Penghasil Timah.....	2
1.2. Komposisi Pemanfaatan Timah.....	3
2.1. Struktur Korporat.....	11
2.2. Kegiatan di Bangkel Balai Karya PT. Timah Industri.....	14
2.3. Hasil Karya PT. DOK & Perkapalan Air Kantung.....	16
2.4. Kegiatan PT. TIM di Bisnis Batubara.....	17
2.5. Integrasi Penambangan PT. Timah (Persero) Tbk.....	18
2.6. Peta Area Penambangan.....	19
2.7. Kapal Keruk.....	20
2.8. Pompa Semprot Penambangan Darat.....	21
2.9. Tanur Peleburan.....	22
2.10. Jenis-jenis Produk Logam Timah.....	24
3.1. Model Perencanaan Strategis dari Fred R. David.....	35
3.2. Matriks SWOT.....	51
3.3. Diagram Cartesius untuk Matriks SPACE.....	52
3.4. Matriks IE.....	53
3.5. Matriks BCG.....	56
3.6. Matriks Grand Strategy.....	57
3.7. Kekuatan-kekuatan Yang Mempengaruhi Persaingan Industri.....	63
3.8. Konsep Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>).....	69
3.9. Diagram analisis SWOT.....	73
3.10. Level Relationship Marketing.....	84
3.11. Model Posisi Kompetitif.....	86
3.12. Profil Perusahaan Dominan.....	90
3.13. Profil Kompetitif Pemimpin Pasar.....	92
3.14. Strategi Bertahan Pemimpin Pasar.....	93
3.15. Profil Kompetitif Penantang Pasar.....	93
3.16. Strategi Menyerang.....	95

3.17. Profil Kompetitif Pengikut Pasar.....	95
3.18. Profil Kompetitif Penceruk Pasar.....	97
3.18. Kerangka Pemikiran.....	101
5.1. Matriks SWOT.....	125
5.2. Matriks Internal-Eksternal.....	126
5.3 . Posisi Strategis Perusahaan.....	127
5.4. Matriks Grand Strategy.....	128

DAFTAR TABEL

2.1. Negara Tujuan Ekspor.....	23
2.2. Tinjauan Operasional 2003 – 2007.....	27
2.2. Tinjauan Keuangan 2003 – 2007.....	29
3.1. Strategi Utama dari Fred R. David.....	40
3.2. Tiga Tahapan Dalam Menentukan Strategi Fred R. David.....	45
3.3. Contoh Matriks EFE.....	46
3.4. Contoh Matriks IFE.....	48
3.5. Contoh Matriks CP.....	49
3.6. Empat Contoh Untuk Strategi SO, WO, ST, WT.....	51
3.7. Contoh Matriks Quantitative Strategic Planning.....	59
4.1. Skala Likert.....	108
5.1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner dari Penentuan Faktor-faktor Strategis.....	116
5.2. Tabulasi Jawaban Responden.....	119
5.3. Hasil Perhitungan Angka Korelasi.....	120
5.4. Jawaban Responden untuk Bobot dan Rating.....	121
5.5. Rata-rata <i>Weight Score</i> Strategis.....	122
5.6. Matriks EFE.....	123
5.7. Matriks IFE.....	124