

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II. DESKRIPSI INDUSTRI	9
2.1 Gambaran Umum	9
2.2 Lingkup Bidang Usaha	11
2.3 Sumber Daya	11
2.4 Tantangan Bisnis	12
2.5 Proses Pengolahan Bata press	14

BAB III. KONSEP STRATEGI.....	16
3.1 Persaingan dan Industri.....	16
3.2 Strategi Pemasaran (STP).....	22
3.3 Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	33
3.4 Diferensiasi (<i>differentiating</i>).....	36
3.5 EFE Matrix dan IFE Matrix	36
3.6 Analisa <i>SWOT</i>	42
3.7 Kerangka Pemikiran	48
BAB IV. PENDEKATAN EVALUASI STRATEGI.....	49
4.1 Penentuan Variabel Penelitian.....	49
4.2 Metode Penelitian	54
4.3 Metode Analisis Data.....	57
4.4 Bagan Alur Perencanaan strategis.....	62
4.5 Pengolahan Data	63
BAB V. ANALISIS DATA	64
5.1 Proses Identifikasi dan Analisis Stakeholder.....	64
5.2 Analisis Eksternal.....	68
5.3 Analisis Persaingan.....	74
5.4 Analisis Internal.....	77
5.5 Eksternal Faktor Evaluation Matrix	83
5.6 Internal faktor Evaluation Matrix.....	88
5.7 Matrix TOWS	92
5.8 Matrix Intternal External (IE)	94
BAB VI. PERUMUSAN STRATEGI.....	95
6.1 Strategi.....	95
6.2 Rencana Tindakan Strategi	97
6.3 Perumusan Sasaran	107

BAB VII. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	111
7.1 Kesimpulan.....	111
7.2 Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	113
7.3 Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	117
RIWAYAT HIDUP	123



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A