

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I - PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	5
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II - DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Sejarah PT Energizer Indonesia	9
2.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	11
2.3 Struktur Organisasi dan Unit Kerja	12
2.4 Hasil Produksi dan Pemasaran	20

BAB III – KONSEP STRATEGI

3.1 Pengertian Strategi	23
3.1.1 Kerangka Analisis Strategis	24
3.1.2 Tahapan Perencanaan Strategis	28
3.2 Perumusan Sasaran	32
3.3 Perumusan Strategi	34
3.4 Pengertian Pemasaran	35
3.5 Strategi Pemasaran	36
3.5.1 Konsep Pemasaran	38
3.5.2 Strategi Pemasaran pemimpin Pasar	44
3.6 Analisa Lingkungan Perusahaan	46
3.6.1 Lingkungan Makro	48
3.6.2 Lingkungan Industri	50
3.6.3 Lingkungan Internal	53

BAB IV - PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGIS

4.1 Pengumpulan Informasi	55
4.2 Informasi yang diperlukan	56
4.3 Sumber Informasi	57
4.4 Metoda Pengumpulan Informasi	58
4.5 Pendekatan Perencanaan Strategis	58

BAB V - ANALISIS DATA

5.1 Analisa Lingkungan.	62
5.1.1 Analisa Lingkungan Makro	62
5.1.2 Analisa Lingkungan Industri	69
5.1.3 Analisa Lingkungan Internal	74
5.2 Analisa TOWS	76
5.2.1 Ancaman (<i>Threats</i>) dan Peluang (<i>Opportunities</i>)	80
5.2.2 Kekuatan (<i>Strength</i>) dan Kelemahan (<i>Weakness</i>)	83
5.3 Penentuan Posisi Perusahaan	85

BAB VI – RENCANA STRATEGI

6.1 Perumusan Sasaran Jangka Panjang	86
6.2 Perumusan Strategis.	88
6.2.1 <i>Grand Strategy Selection Matrix</i>	88
6.2.2 Strategi Mempertahankan Pasar Sebagai <i>Market Leader</i> ...	94
6.3 Rencana Tindakan Strategis	99
6.3.1 Strategi Pengembangan Pemasaran	99
6.3.2 Pengaturan Segmentasi	99
6.3.3 Penentuan <i>Target Market</i>	101
6.3.4 Pengaturan Posisi	102
6.3.5 Pengaturan Bauran Pemasaran	104

BAB VII – REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN

DAFTAR PUSTAKA	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	112