

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Batasan Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
KAJIAN TEORI	13
2.1. Kerangka Analisis	36
2.2. <i>Current Situation Analysis</i>	13
2.3. <i>SWOT Analysis</i>	20
2.4. <i>Portfolio Analysis</i>	21
2.5. <i>Business to Business Marketing</i>	25
2.5.1. Definisi <i>Business Market</i>	25
2.5.2. Karakteristik <i>Business Market</i>	25
2.6. Formulasi Strategi Pemasaran	27
2.6.1. Analisis <i>Segmenting-Targeting-Positioning (STP)</i>	27
2.6.2. Bauran Pemasaran	28
2.7. <i>Performance Plan</i>	33
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1. Tipe Penelitian.....	38
3.2. Jenis dan Sumber Data	39
3.3. Metode Pengumpulan Data	40
3.3.1. Wawancara.....	40
3.3.2. Kuesioner	40
3.4. Desain Kuesioner	41
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	41
BAB IV	44
PROFIL PERUSAHAAN	44
BAB V.....	51
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
5.1. <i>Current Situation Analysis</i>	51
5.2. <i>SWOT Analysis</i>	82
5.3. <i>Portofolio Analysis</i>	89
5.3.1. <i>Competitive Position</i>	89
5.3.2. <i>Market Attractiveness</i>	97
5.4. <i>Portofolio Matrix</i>	102
BAB VI	103
FORMULASI SASARAN DAN STRATEGI.....	103
5.1. Sasaran.....	103
5.2. Segmentasi dan Target	103
5.3. <i>Positioning</i>	104
5.4. Bauran Pemasaran	105
5.5. Rencana Implementasi	114
5.6. <i>Performance Plan</i>	116
BAB VII.....	118
KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
7.1. Kesimpulan.....	118
7.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kebutuhan Data dan Sumber Data.....	39
Tabel 3.2. Jumlah Perusahaan.....	42
Tabel 3.3. Jumlah Sampel.....	43
Tabel 5.1. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 5.2. Profil Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 5.3. Profil Berdasarkan Tingkat Jabatan.....	56
Tabel 5.4. Profil Berdasarkan Bidang Pekerjaan.....	56
Tabel 5.5. Profil Berdasarkan Klasifikasi Status Perusahaan.....	56
Tabel 5.6. Profil Berdasarkan Besaran Jumlah Pegawai.....	57
Tabel 5.7. SWOT Analysis.....	88
Tabel 5.8. Competitive Position Index.....	92
Tabel 5.9. Market Attractiveness Index.....	98
Tabel 6.1. Rencana Implementasi Program.....	114
Tabel 6.2. Revenue Plan Divisi Pembelajaran Inggriya.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pendapatan Divisi Pembelajaran Inggris Tahun 2014-2016 ...	7
Gambar 1.2. Kontribusi Pendapatan per Produk.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Analisis	36
Gambar 2.2. Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2. 3 Portofolio Strategies and Strategic Market Plans.....	22
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PPM Manajemen.....	45
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Jasa Pengembangan Organisasi	47
Gambar 5.1. Pendapatan Divisi Pembelajaran Inggris Tahun 2014-2016.....	51
Gambar 5.2. Kontribusi Pendapatan per Produk.....	53
Gambar 5.3. Tahap Problem Recognition (Pengenalan Masalah)	58
Gambar 5.4. Tahap General Need Description and Product Specification (Penetapan Gambaran Umum Kebutuhan dan Spesifikasi Produk)	59
Gambar 5.5. Tahap Supplier Search (Pencarian Pemasok).....	60
Gambar 5. 6 Tahap Proposal Solicitation (Pengumpulan Proposal).....	61
Gambar 5.7. Tahap Supplier Selection (Seleksi Pemasok).....	62
Gambar 5.8. Tahap Order-Routine Specification (Spesifikasi Pesanan Rutin)	63
Gambar 5. 9 Tahap Performance Review (Tinjauan Kinerja)	64
Gambar 5.10. Peta Persaingan	81
Gambar 5.11. Portfolio Matrix.....	102