

DAFTAR ISI

HALAMAN MUKA	i
HALAMAN JUDUL	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang Masalah	19
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.5 Batasan Penelitian	27
1.6 Sistematika Penulisan	27
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA ANALISIS	29
2.1 Pengertian Manajemen Strategis	29
2.2 Proses Manajemen Strategis	29
2.3 Tingkatan Strategi	31
2.4 Pengertian Strategi dan Strategi Bisnis	32
2.5 Perumusan Strategi Bisnis	33
2.6 Visi dan Misi	34
2.6.1 Visi	34
2.6.2 Misi	35
2.7 Analisis Lingkungan Eksternal	36

2.7.1	Eksternal Makro: <i>PESTLE Analysis</i>	36
2.7.2	Eksternal Mikro: <i>Porter's Five Forces</i>	37
2.8	<i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	42
2.9	Faktor Kunci Sukses	44
2.10	<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	44
2.11	Analisis Lingkungan Internal	45
2.11.1	Analisis Fungsional	45
2.11.2	Analisis <i>VRIO</i>	45
2.12	<i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i>	47
2.13	<i>Internal-External (IE) Matrix</i>	48
2.14	<i>SWOT Analysis dan TOWS Matrix</i>	49
2.15	Analisis <i>QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)</i>	51
2.16	Peta Strategi	51
2.17	<i>Balanced Scorecard</i>	52
2.18	Kerangka Analisis	53
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		 54
3.1	Jenis Penelitian	54
3.2	Objek Penelitian	54
3.3	Sumber dan Cara Memperoleh Data	54
3.4	Cara Pengolahan Data	56
3.5	Kualitas Penelitian	58
 BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		 60
4.1	Profil Singkat Perusahaan	60
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	61
4.3	Nilai-nilai Inti Perusahaan	61
4.4	Logo Perusahaan	62
4.5	Struktur Organisasi	63
4.6	Produk	63
4.7	Kinerja Keuangan	67
 BAB V ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL		 70
5.1	Analisis Visi	70

5.2	Analisis Misi	71
5.3	Analisis Eksternal Makro: <i>PESTLE Analysis</i>	74
5.3.1	Politik	74
5.3.2	Ekonomi	77
5.3.3	Sosial	79
5.3.4	Teknologi	81
5.3.5	Hukum	82
5.3.6	Lingkungan	83
5.4	Analisis Eksternal Mikro: <i>Porter's Five Forces</i>	84
5.4.1	<i>Threat of New Entrants</i>	84
5.4.2	<i>Bargaining Power of Suppliers</i>	85
5.4.3	<i>Bargaining Power of Buyers</i>	87
5.4.4	<i>Threat of Substitute Products or Services</i>	88
5.4.5	<i>Rivalry Among Existing Competitor</i>	89
5.5	Peluang dan Ancaman	90
5.6	Matriks EFE	95
5.7	Faktor Kunci Sukses	97
5.8	<i>Competitive Profile Matrix</i>	97
5.9	Analisis Internal: Fungsional	99
5.9.1	Aspek Sumber Daya Manusia	99
5.9.2	Aspek Operasional	100
5.9.3	Aspek Keuangan	101
5.9.4	Aspek Pemasaran	104
5.10	Analisis Internal: VRIO	107
5.11	Kekuatan dan Kelemahan	107
5.12	Matriks IFE	108
BAB VI PERUMUSAN STRATEGI		110
6.1	Sasaran Strategi 2024-2026	110
6.2	Pengembangan Alternatif Strategi: Matriks IE	111
6.3	Pengembangan Alternatif Strategi: Matriks TOWS	112
6.4	Formulasi Alternatif Strategi	114
6.5	Penentuan Prioritas Strategi: <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	115
6.6	Rancangan Strategi Bisnis	118

6.6.1	Peta Strategi	118
6.6.2	<i>Balanced Scorecard</i>	120
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN IMPLEMENTASI STRATEGI		126
7.1	Kesimpulan	126
7.2	Saran Implementasi Strategi	127
DAFTAR PUSTAKA		129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 – Rasio Nilai Kontribusi Penjualan PT EVI Berdasarkan Pasarnya	21
Tabel 1.2 – Data Penjualan PT EVI	23
Tabel 3.1 – Metode Pengumpulan dan Analisis Data.....	55
Tabel 4.1 – Ringkasan Penjualan PT EVI	61
Tabel 4.2 – Pencapaian Penjualan PT EVI	61
Tabel 4.3 – Rasio Profitabilitas PT EVI	67
Tabel 4.4 – Rasio Likuiditas PT EVI	68
Tabel 4.5 – Rasio Aktivitas PT EVI	68
Tabel 4.6 – Rasio Solvabilitas PT EVI	69
Tabel 5.1 – Analisis Visi EVI	71
Tabel 5.2 – Analisis Misi EVI	72
Tabel 5.3 – Rangkuman Politik	77
Tabel 5.4 – Rangkuman Ekonomi	79
Tabel 5.5 – Rangkuman Sosial	81
Tabel 5.6 – Rangkuman Teknologi	82
Tabel 5.7 – Rangkuman Hukum	83
Tabel 5.8 – Rangkuman Lingkungan	84
Tabel 5.9 – Rangkuman <i>Threat of New Entrants</i>	85
Tabel 5.10 – Rangkuman <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	86
Tabel 5.11 – Rangkuman <i>Bargaining Power of Buyers</i>	88
Tabel 5.12 – Rangkuman <i>Threat of Substitute Products or Services</i>	89
Tabel 5.13 – Rangkuman <i>Rivalry Among Existing Competitor</i>	90
Tabel 5.14 – Rangkuman Peluang	90
Tabel 5.15 – Rangkuman Ancaman	93
Tabel 5.16 – Rangkuman Peluang dan Ancaman	94
Tabel 5.17 – Analisis Matriks EFE	95
Tabel 5.18 – Rangkuman Faktor Kunci Sukses	97
Tabel 5.19 – Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i>	97
Tabel 5.20 – Analisis Fungsional	105
Tabel 5.21 – Analisis VRIO	107
Tabel 5.22 – Rangkuman Kekuatan dan Kelemahan	107

Tabel 5.23 – Analisis Matriks IFE	108
Tabel 6.1 – <i>Annual Growth Rate</i> PT EVI	110
Tabel 6.2 – Pertumbuhan Penjualan Online PT EVI	111
Tabel 6.3 – Pertumbuhan <i>Product Development</i> PT EVI	111
Tabel 6.4 – Analisis Matriks IE	111
Tabel 6.5 – Analisis Matriks TOWS	112
Tabel 6.6 – Formulasi Strategi PT EVI	114
Tabel 6.7 – Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	115
Tabel 6.8 – Peta Strategi PT EVI	118
Tabel 6.9 – <i>Balanced Scorecard</i> PT EVI	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 – Survey Tempat Membeli Kosmetik 2022	21
Gambar 1.2 – Pangsa Pasar Industri Kecantikan Indonesia 2010-2023.....	23
Gambar 2.1 – Hirarki Strategi	32
Gambar 2.2 – <i>The Five Forces That Shape Industry competition</i>	38
Gambar 2.3 – <i>The Internal External Matrix</i>	48
Gambar 2.4 – Contoh Format <i>QSPM Matrix</i>	51
Gambar 2.5 – Kerangka Analisis	53
Gambar 4.1 – Logo PT EVI	63
Gambar 4.2 – Struktur Organisasi PT EVI	64
Gambar 4.3 – Produk PT EVI (Mutouch)	65
Gambar 4.4 – Produk PT EVI (Moist Diane)	65
Gambar 4.5 – Produk PT EVI (Batiste)	65
Gambar 4.6 – Produk PT EVI (Adidas)	65
Gambar 4.7 – Produk PT EVI (Alpecin & Plantur)	66
Gambar 4.8 – Tampilan PT EVI di <i>Offline Market</i>	66
Gambar 4.9 – Tampilan PT EVI di <i>Online Market</i>	66
Gambar 4.10 – Contoh Aktivitas Marketing PT EVI	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Tabel Kinerja Keuangan PT EVI	137
Lampiran 2 – Transkrip Wawancara	138