

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat bagi Perusahaan.....	6
1.4.2 Manfaat bagi Akademis.....	7
1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
2.1 Strategi Bisnis.....	9
2.2 Manajemen Strategi	9
2.2.1 Definisi Manajemen Strategi	9
2.2.2 Tahapan Manajemen Strategi	10
2.3 Analisis Eksternal	11
2.3.1 PESTLE	11
2.3.2 <i>Porter's Five Forces</i>	12
2.3.3 <i>Key Success Factors (KSF)</i>	14

2.3.4 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	14
2.4 <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	14
2.5 Analisis Internal.....	14
2.5.1 Visi dan Misi.....	15
2.5.2 Analisis Fungsional	15
2.5.3 Analisis Rantai Pasok.....	15
2.5.4 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	15
2.6 Matriks IE (<i>Internal – External</i>).....	15
2.7 Matriks TOWS	16
2.8 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	17
2.9 Jenis-Jenis Strategi.....	17
2.10 Manajemen Pemasaran	18
2.10.1 Saluran Pemasaran	18
2.11 Manajemen Keuangan.....	18
2.12 Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM).....	19
2.13 Manajemen Operasional.....	19
2.14 Industri Pulp dan Kertas di Indonesia.....	19
2.14.1 Kategori <i>Waste Paper</i>	20
2.14.2 Klasifikasi Kertas Kemasan.....	21
2.15 Kerangka Analisis.....	23
BAB III	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	25
3.3 Cara Memperoleh dan Mengolah Data	27
3.4 Waktu Penelitian.....	29

BAB IV	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Jejak Langkah Perusahaan	30
4.1.2 Informasi Pemegang Saham	31
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	32
4.2.1 Visi Perusahaan.....	32
4.2.2 Misi Perusahaan	32
4.3 Organisasi Perusahaan	32
4.4 Produk Perusahaan.....	33
4.4.1 <i>Containerboard</i>	33
4.4.2 <i>Boxboard</i>	34
BAB V	35
5.1 Analisis Makro (PESTLE)	35
5.1.1 Analisis Politik (<i>Politic</i>)	35
5.1.2 Analisis Ekonomi (<i>Economic</i>).....	35
5.1.3 Analisis Sosial (<i>Social</i>).....	36
5.1.4 Analisis Teknologi (<i>Technology</i>).....	36
5.1.5 Analisis Legal (<i>Legal</i>)	37
5.1.6 Analisis Lingkungan (<i>Environment</i>)	37
5.2 Analisis Industri (<i>Porter's Five Forces</i>).....	37
5.2.1 <i>Rivalry Among Competing Firms</i>	37
5.2.2 <i>Potential Entry of New Competitors</i>	39
5.2.3 <i>Bargaining Power of Consumers</i>	39
5.2.4 <i>Potential Development of Substitute Products</i>	40
5.2.5 <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	40

5.3 Analisis <i>Key Success Factor</i> (KSF).....	42
5.3.1 Memenuhi Spesifikasi yang Memenuhi Standar Pengguna Akhir	42
5.3.2 Mengelola Tingkat Penjualan Domestik dan Ekspor	42
5.3.3 Kegiatan Operasi yang Efisien dan Berbiaya Rendah.....	42
5.3.4 Bisnis yang Ramah Lingkungan	42
5.3 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	43
BAB VI	46
6.1 Analisis Visi dan Misi.....	46
6.2 Analisis Fungsional	46
6.3 Analisis Rantai Pasok	52
6.4 Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM)	54
6.5 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	56
BAB VII	59
7.1 Matriks IE (<i>Internal - External</i>)	59
7.2 Matriks TOWS	59
7.3 Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	61
7.4 Penentuan Strategi	63
BAB VIII.....	64
8.1 Implementasi Strategi	64
8.2 Implementasi Keuangan.....	64
8.3 Implementasi Operasional.....	65
8.4 Implementasi Sumber Daya Manusia	65
8.5 Implementasi Pemasaran.....	66
BAB IX	74
9.1 Kesimpulan.....	74

9.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79