

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Permasalahan.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metodologi Penelitian.....	4
1. Penelitian dan studi kasus.....	4
2. Data yang diperlukan.....	4
3. Metode Pengumpulan Data.....	5
4. Metode Analisis.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perencanaan Strategik.....	7
1. Pengertian Perencanaan Strategik.....	7

2. Proses Perencanaan Strategik.....	9
a. Misi Perusahaan	9
b. Tujuan dan Sasaran	9
c. Karakteristik Keputusan Manajemen Strategik.....	11
d. Rencana Bisnis Baru Perusahaan.....	11
e. Pembuat Perencanaan Strategi	12
f. Tiga Tingkat Strategi.....	12
g. Karakteristik Keputusan Perencanaan Strategik.....	14
3. Komponen Model Manajemen Strategik	15
a. Misi Perusahaan	15
b. Profil Perusahaan.....	15
c. Lingkungan Eksternal.....	16
d. Analisis dan Pilihan Strategik.....	17
e. Sasaran Jangka Panjang.....	17
f. Strategi Umum	17
g. Sasaran Tahunan.....	17
h. Strategi Operasional	18
i. Kebijakan.....	18
j. Melembagakan Strategi.....	19
k. Pengendalian dan Evaluasi.....	19
B. Konsep Strategi Umum	19
1. Pertumbuhan Terkonsentrasi.....	20
2. Pengembangan Pasar.....	21

3. Pengembangan Produk.....	21
4. Inovasi.....	22
5. Integrasi Horisontal.....	23
6. Integrasi Vertikal.....	23
7. Diversifikasi Konsentrik.....	23
8. Diversifikasi Konglomerat.....	25
9. Berbenah Diri.....	25
10. Divestasi.....	26
11. Likuidasi.....	27
12. Usaha Patungan.....	27
14. Aliansi Strategik.....	27
15. Konsorsium.....	28
C. Matriks Pemilihan Strategi Umum.....	29
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	30
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
C. Personalia.....	35
1. Komposisi Jumlah Tenaga Kerja.....	35
2. Sumber Daya Manusia.....	36
3. Sistem Penerimaan Karyawan.....	38
4. Fasilitas dan Jaminan Sosial.....	39
D. Pemasaran.....	41
1. Daerah Pemasaran.....	42

2. Promosi	43
E. Data Khusus	43
1. Unsur-unsur Pernacanaan Strategik	43
2. Perkembangan penjualan.....	44
4. Pangsa Pasar	45

BAB IV ANALISA DATA

A. Visi dan Misi Perusahaan	46
1. Visi	46
2. Misi.....	47
B. Identifikasi Faktor Eksternal	47
1. Lingkungan Jauh (Remote Environment)	47
1.1 Faktor Ekonomi	47
1.2 Faktor Sosial Politik.....	48
1.3 Faktor Teknologi.....	48
2. Lingkungan Industri	49
2.1 Masuknya Pendatang Baru.....	49
2.1.1 Diferensiasi Produk.....	50
2.1.2 Kebutuhan Modal.....	50
2.1.3 Kebijakan Pemerintah.	51
2.2 Kekuatan Tawar-menawar Pemasok.....	51
2.3 Kekuatan Tawar-menawar Pembeli	53
2.4 Produk dan Jasa Substitusi.....	54
2.5 Persaingan di antara Para Anggota Industri	54

2.5.1 Jumlah Pesaing.....	54
2.5.2 Pertumbuhan Teknologi yang Cepat.....	55
2.5.3 Ketiadaan Diferensiasi.....	56
2.5.4 Penambahan Kapasitas dalam Jumlah Besar	56
3. Lingkungan Operasional.....	57
3.1 Posisi Bersaing	57
3.2 Profil Pelanggan	58
3.3 Reputasi Perusahaan.....	58
3.4 Sumber Daya Manusia	58
C. Identifikasi Faktor Internal	59
1. Aspek Pemasaran.....	59
2. Aspek Produksi	60
3. Aspek Riset dan Pengembangan.....	60
4. Aspek Personalia	61
5. Aspek Keuangan.....	62
6. Sistem Informasi Manajemen.....	62
D. Analisis dan Pilihan Strategik.....	62
E. Implementasi Strategi Umum.....	66
1. Sumber Daya Manusia	66
2. Kultur Organisasi.....	66
3. Stuktur Organisasi	66
4. Sistem Imbalan	67
5. Kepemimpinan.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 68

B. Saran..... 69

DAFTAR PUSTAKA..... 71



DAFTAR TABEL

3.1 Jenjang Manajemen Perusahaan PT. Metrodata Electronics.....	35
3.2 Jenjang Pendidikan PT. Metrodata Electronics.....	36
3.3 Jenjang Lama Kerja PT. Metrodata Electronics.....	36
3.4 Lokasi Perusahaan PT. Metrodata Electronics.....	42

