

DAFTAR ISI

ABSTARCT.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	14

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Manajemen Strategi	15
2.2 Analisis Lingkungan Perusahaan	27
2.2.1 Analisis Lingkungan Internal	28
2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	29
2.2.3 Analisis Lingkungan Kompetitor	37
2.3 Analisis SWOT.....	38
2.3.1 Matriks Evaluasi Posisi dan Tindakan Strategis (SPACE)	42
2.3.2 Segmentasi, Targeting dan Positioning	44
2.4 Strategi Bauran Pemasaran.....	48
2.5 Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)	53

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	56
3.2 Pertanyaan dan Tujuan Penelitian	57
3.3 Jenis Data	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5 Langkah Teknik Pengambilan Data	58

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan	62
4.2 Visi dan Misi PT. Caprifarmindo Laboratories	64
4.2.1 Visi.....	64
4.2.2 Misi	64
4.2.3 Nilai – Nilai Perusahaan	65
4.2 Manajemen Strategi Perusahaan	65
4.3 Analisis Lingkungan Internal	74
4.3.1 Analisis Ancaman Pendetang Baru.....	75
4.3.2 Analisis Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	79
4.3.3 Analisis Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	80
4.3.4 Analisis Ancaman Dari Produk Pengganti	82
4.3.5 Analisis Persaingan Antara Industri Farmasi	83
4.4 Analisis Lingkungan Eksternal	85
4.4.1 Analisis Pengaruh Politik	86
4.4.2 Analisis Pengaruh Ekonomi	87
4.4.3 Analisis Pengaruh Sosial	88
4.4.4 Analisis Pengaruh Teknologi.....	88
4.4.5 Analisis Pengaruh Hukum.....	89
4.5 Analisis Keuangan Perusahaan	89
4.6 Analisis SWOT	91
4.6.1 Kekuatan (Strengths).....	91
4.6.2 Kelemahan (Weakness)	93
4.6.3 Peluang (Opportunities).....	94
4.6.4 Ancaman (Threats)	96
4.7 Tabel SWOT Analisis Perusahaan	98
4.8 Implementasi Manajerial.....	103

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN